Nr. 20. Poznań, dnia 16 maja 1929. Rocznik 10.



Organ Korporacyj Zakładów Graficznych i Wydawniczych na Ziemiach Zachodnich.
Ceny ogłoszeń i przedpłaty znajdują się na stronie ostatniej.
Telefon 2555 — Administracja i Redakcja: Poznań, Stary Rynek 4 — P. K. O. 202868

Powszechna Wystawa Krajowa.

Jak Polska długa i szeroka rozbrzmiewa dziś hasło magiczne: Powszechna Wystawa Krajowa! Może rok temu a nawet kilka jeszcze miesięcy wstecz ludzie dbali o dobro narodu z lękiem wspominali te słowa, z obawą, czy podjęty wysiłek nie zawiedzie. Z trwogą patrzono na śmiałe zamierzenia inicjatorów i kierowników wystawy, którzy zdawali się nie liczyć ni z warunkami ekonomicznemi, ni z nastrojem ani sympatjami. Dziś stajemy wobec faktu dokonanego! Stajemy wobec wielkiego święta narodowego, święta równego świętu naszego zmartwychwstania! Stajemy wobec cudu jakim był Cud nad Wisłą, stajemy wobec cudu twórczej potęgi pracy, kultury i sztuki polskiej. W dzień tego święta wielkiego stajemy dumni z dokonanego dzieła jako zwycięstwa nad niemocą a raczej nieświadomością swej siły i sprężystości wewnętrznej. Chylimy czoła przed pracą twórczą tych, którzy nie wątpiąc w siłę narodu, podjęli się tej gigantycznej pracy i wobec Polski jak i świata całego zadokumentowali naszą siłę, żywotność i nieśmiertelność. Lecz wystawa nietylko sama jest cudem. Wystawa nasza stworzyła wielki cud połączenia całego narodu, wszystkich jej stanów. Wystawa usunęła prędzej niż ustawy i nakazy rozbiorami narzucone później, dziś jesteśmy od źródeł Wisły po granicę Łotwy, od zaleszczyckich jarów dnieprowych po zadłowskie mierzeje piaskowe jednym wielkim, potężnym, duchem twórczości ogarniętym narodem polskim, gotowym do wszelkiego dalszego wysiłku nad odbudową swą wewnętrzną jak i do obrony swego prawa ustalonego stanu posiadania i dziedzictwa narodowego. Wystawa jest dziełem całego narodu polskiego. W wystawie bierze także czynny udział drukarstwo polskie. Z odległego Lwowa, Krakowa, Katowic i Warszawy przybyli organizacje nasze, by po najtrudniejszych dziesięciu latach wzmagania się ze zmiennym losem i szczęściem, wystawić owoc swej pracy i trudu. Pod sztandarem Powszechnej Wystawy Krajowej złączyło się drukarstwo polskie, nietylko dla pracy około wystawy, ale dla stałej i realnej współpracy dla dobra naszego zawodu. I tutaj nowy i wielki dla nas cud Wystawy Krajowej. Wysiłek tej wspólnej pracy niechaj będzie symbolem naszego połączenia i naszej pracy na zawsze.

Polska czcionka na P. W. K.

Prawie od chwili uzyskania niepodległości aktualną się stała u nas sprawa polskiej czcionki. W dyskusji, wyłonionej swego czasu nad tą sprawą na łamach „Grafiki Polskiej i „Przeglądu Graficznego", uświadomiono sobie, że sprawa jest wcale trudną i zawikłaną, gdyż uzależnioną od twórczości artysty, od zasobów materjalnych odlewni czcionek, wreszcie od upodobań społeczeństwa drukarskiego. Wobec trudnych warunków ekonomicznych, w jakich się odlewnie nasze dotychczas znajdowały, sprawa czcionki polskiej zdawała się przechodzić w zapomnienie.

Powszechna Wystawa Krajowa stała się i w tej dziedzinie potężnym bodźcem. Zapomnianą już myśl nie zarzuciła odlewnia czcionek Stanisława Jeżyńskiego z Warszawy. Po długich i mozolnych doświadczeniach dzieło stanęło gotowe. Na stoisku p. Jeżyńskiego widzimy dziś pierwszą oryginalną polską książkę, tłoczoną na polskim papierze, farbą „Farby Polskiej" z Poznania, a przedewszystkiem oryginalną czcionką polską, narysowaną, w stemplach wyrytą i odlaną w Odlewni czcionek Stanisława Jeżyńskiego. Jest to pierwszy tego rodzaju trud w historji drukarstwa polskiego. Dzieło odbito w Rolniczej Drukarni Nakładowej. Do omówienia czcionki jak i dzieła nią drukowanego wrócimy, ograniczając się na tem miejscu do najszczerszego uznania dla śmiałego i pełnego zrozumienia dla książki polskiej p. Stanisława Jeżyńskiego.

Ku wyżynom.

Cały przemysł graficzny świata, a szczególnie polski w obliczu Powszechnej Wystawy Krajowej, wita z szczerem zadowoleniem fakt dojścia do skutku porozumienia się w sprawie stworzenia międzynarodowego biura drukarskiego, które nastąpiło na Kongresie Międzynarodowym Drukarzy odbytym w kwietniu r. b. w Londynie. Niemniej radośnie powitać należy fakt, że i Polska w kongresie tym udział wzięła.

Horyzont grafiki rozjaśnia się powoli, lecz stale od zmroków powojennych. Powolne normowanie się stosunków gospodarczych korzystnie wpływa również na rozwój grafiki. Rozwój ten idzie zarówno w kierunku technicznym jak i organizacyjnym. Szczęśliwy ten zbieg okoliczności pozwala żywić najlepsze nadzieje wspaniałego rozwoju przemysłu graficznego także w Polsce.

Złączenie się Polskich Związków Właścicieli Zakładów Graficznych w jedną organizację stanowi dla Polski fakt dziejowy. Odtąd Polska w młodym swym a wspaniałym rozkwicie szybkiemi kroki postępować będzie do nowego, wspanialszego jeszcze rozkwitu kultury, która w grafice znajduje swą najmożniejszą orędowniczkę.

Fakt powyższy ma doniosłe znaczenie nietylko ze względu na konieczność unormowania warunków życiowych polskiego przemysłu graficznego, dotąd rozszczepianego w dzielnicowem odosobnieniu, ale także ze względów ekonomicznych, gospodarczych oraz handlowych. Nowy Związek Korporacji Zakładów Graficznych czeka olbrzymie zadanie. Reparacja przemysłu graficznego w Polsce, ujednostajnienie cennika, zredukowanie kosztów produkcji, zwalczanie niezdrowej konkurencji, żerującej na organizmie gospodarczym państwa, uniezależnienie się od zagranicy, zdobycie zdolności eksportu są zadania, które w pierwszym rzędzie piętrzą się przed nową organizacją. Na dalszym planie zagadnienia natury czysto organizacyjnej: reorganizacja pracy, zmodernizowanie zakładów, idące w parze z rozwojem techniki, naprawa warunków higjenicznych w zawodzie, opieka socjalna nad pracownikami i wreszcie reprezentacja — składają się na niewyczerpany program pracy nowej organizacji. Praca to trudna, wymagająca wielkiego poświęcenia.

W takich warunkach zjednoczony przemysł graficzny Polski wstępuje do współpracy na światowej arenie Międzynarodowej Organizacji Przemysłu Graficznego w szeregi.

Niewątpliwie współpraca ta wyda także dla naszego przemysłu doniosłe wyniki. Wzajemna wymiana zdań, stały kontakt z rozwojem postępu grafiki różnych narodów wyrażą i na Polsce swoje znamię i pociągną ją do wspólnego wysiłku dokonalnego rozwoju techniki.

Rozwój grafiki, udostępnienie jej produktów, książki i gazety, najszerszym masom, kładzie podwaliny nowej kulturze, kulturze braterstwa narodów i propagandy pokoju. Nie hasłami demagogicznemi, ale współpracą na niwie kultury i oświaty, grafika podbija świat. Oświecać i łagodzić spory, to jej najszlachetniejsze zadania!

Miejmy nadzieję, że wraz z rozwojem grafiki ziszczą się słowa przedstawiciela Polski na Międzynarodowym Kongresie Drukarskim w Londynie, prezesa Związku Korporacji Zakładów Graficznych w Polsce, p. dyr. E. Pawłowskiego, wypowiedziane na tymże kongresie: Z rozwojem naszej czarnej sztuki niech zniknie sztuka czerwona — krew! *Bł.*

Początki drukarstwa polskiego w Poznaniu.

Z pośród nielicznych dzieł, poświęconych historji drukarń polskich wogóle, a poznańskich w szczególności, na szczególne wyróżnienie zasługuje praca dr. Marji Wojciechowskiej p. t. „Z dziejów książki w Poznaniu w XVI wieku". Jest to prawie że jedyne dzieło, w którem autorka zebrała obszerne wiadomości ze źródeł polskich, niemieckich i rosyjskich, z akt miejskich i kościelnych, z bibljotek i archiwów. Dzięki ukazaniu się tego dzieła, możemy zapoznać się z początkami drukarstwa polskiego w Poznaniu, sięgającemi XVI wieku.

Jak wiadomo, pierwszym drukarzem polskim był Jan Haller, który przybył do Krakowa z Frankonji i w roku 1491 uzyskał prawo miejskie krakowskie. Drukarnie krakowskie były pierwszemi w Polsce. W początkach były to drukarnie wędrowne, z zagranicy. Choć Jan Haller nie był pierwszym, który zaprowadził sztukę drukarską w Krakowie, lecz tytuł pierwszego drukarza polskiego przysługuje mu z tej racji, że nie żałował on kosztów i trudów, aby drukarstwo postawić na wyższym stopniu i w Polsce utrwalić. W latach 1491—1496 Jan Haller zakłada w Krakowie własną drukarnię, a w roku 1505 otrzymuje przywilej królewski, na mocy którego nie wolno było nikomu sprowadzać z zagranicy takich dzieł, które także Haller w swej drukarni wydrukował. Jan Haller był najpotężniejszym na ówczesne czasy księgarzem i drukarzem polskim.

Ale wróćmy teraz do dziejów drukarstwa poznańskiego i pierwszych drukarzy poznańskich, o których podaje dzieło dr. Marji Wojciechowskiej.

Jan Haller, otrzymawszy przywilej królewski, zapragnął swemi wpływami objąć także Poznań, miasto na ówczesne czasy niemal pierwsze w Polsce, po Krakowie, położone obok dwu wielkich stolic biskupich. Znaczenie Poznania, jako drugiego centrum życia umysłowego w Polsce, wzmogło się z chwilą założenia w roku 1519 akademji przez biskupa Lubrańskiego. Zrozumiał to Jan Haller i podjął starania w celu otrzymania przywileju drukowania mszałów i ksiąg kościelnych dla diecezji poznańskiej i gnieźnieńskiej. Przywileje te otrzymał w roku 1506 od arcybiskupa Boryszewskiego i biskupa Jana Lubrańskiego.

Te przywileje, dane krakowskiemu drukarzowi przez obie kapituły wielkopolskie sprawiły, że zostały podcięte wszelkie usiłowania, zmierzające do założenia w Poznaniu drukarni.

Poznańscy uczeni, profesorowie i autorzy drukują swoje dzieła w Krakowie lub też zagranicą. Do Wielkopolski i Poznania przychodzą książki protestanckie, drukowane w języku polskim w Królewcu, jako propaganda reformacji, która w owych latach zapuściła swe korzenie dość głęboko na ziemi wielkopolskiej.

W tym czasie wielki zwolennik reformacji, Łukasz Górka, sprowadził do miasta Szamotuł (dziś powiatowego w woj. poznańskiem), drukarza królewieckiego, Czecha, Aleksandra Anjezdeckiego, który w latach 1557 do 1561 drukował tam protestanckie księgi religijne i utwory protestanckich autorów.

A więc była już drukarnia w Szamotułach, podczas gdy w Poznaniu jeszcze drukarni stałej nie było. Dopiero rok 1577 przyniósł pierwszy druk poznański, a więc w sto lat przeszło później od wyjścia pierwszej książki drukowanej w Polsce.

Pierwszym drukarzem poznańskim był Melchjor Nering, który uzyskuje przywilej króla Stefana Batorego, datowany w Toruniu 4 listopada 1576 roku. Sztuce drukarskiej w Poznaniu utorowali drogę Jezuici, którzy założywszy w r. 1571 klasztor, rozpoczęli kontrreformację i wkrótce wzięli w swe ręce ster życia umysłowego w Poznaniu.

Starsza literatura wymienia wprawdzie jako pierwszych poznańskich drukarzy, Jana z Sącza Maleckiego i Piotra Sextilisa, brak jednak na to twierdzenie dostatecznych podstaw.

Jan z Sącza Malecki, wymieniany jako jeden z pierwszych poznańskich drukarzy, drukował w Pułtusku, mieście dziś powiatowem (15,000 mieszkańców), w woj. warszawskiem i stamtąd pochodzą jego pułtuskie druki z lat 1539 i 1540, na których rzekomo widniał napis „calcographus Posnaniensis". Druków tych trudno odnaleźć, wobec czego jest prawdopodobnem, że Malecki w Poznaniu nigdy nie drukował, ani nie miał drukarni.

Istnieją także przypuszczenia, że około 1550 do 1560 roku istniała w Poznaniu drukarnia Piotra Sextilisa, pochodzącego z Obrzycka, miasteczka w Wielkopolsce; nie pozostało po niej jednak żadnych druków i nie można twierdzić nic pewnego. Wprawdzie wymieniają jego nazwisko poznańskie księgi miejskie, lecz nic pewnego z nich nie wynika; prawdopodobnie był wędrownym drukarzem lub czeladnikiem z oficyny drukarskiej w innem mieście.

Zatem pierwszym drukarzem poznańskim był Melchjor Nering. Drukarnia jego mieściła się przy ulicy Wielkiej. Jezuici, zakładając klasztory, starali się zawsze mieć na miejscu drukarnię, to też popierali Neringa, który drukował księgi religijne i inne druki, poświęcone walce z inowiercami. Nering był zawsze w kłopotach finansowych, to też przyjął zamówienie od aptekarza Mikołaja, rajcę z Łęczycy, miasta dziś powiatowego w województwie łódzkiem, na druk 6000 egzemplarzy kalendarza. Powodowany troskami materjalnemi, Nering przyjął do druku książeczkę od Jakóba Niemojewskiego, której treść była zwrócona przeciw Jezuitom i uważana była za heretycką.

Nastąpiło zdemolowanie drukarni, a Nering z resztkami czcionek schronił się do Grodziska. Tam w latach 1578—1581 drukował księgi protestanckie. Następnie przenosi się do Torunia, przy pomocy swego krewnego, Henryka Strobanda, zasłużonego w dziejach tego miasta. Za długi zajęto mu tam drukarnię i dopiero Stroband udzielił mu pomocy. Dał mu za darmo lokal w swej kamienicy na pomieszczenie drukarni, zaopatrując ją w różnorakie czcionki, w trzy rodzaje kursywy, trzy antykwy, dużą i średnią szwabachę, litery greckie i nuty. Nering zobowiązał się trzymać dobrych korektorów, snycerzy, drukarzy i innych czeladników. Wydał kilka pięknych druków, poczem umiera w roku 1587 w Toruniu. Wydrukował w Poznaniu prócz dzieła heretyckiego 2 utwory na cześć biskupa Kościeleckiego, 3 dzieła religijne, 4 książki Jezuitów, 2 dysputy religijne i gramatykę.

Drugim drukarzem poznańskim był Jan Wolrab, który rozpoczął drukować w Poznaniu już w maju 1578. Wolrab pochodził ze znanej rodziny drukarzy w XVI wieku, drukujących w Lipsku i Budziszynie, stolicy Serbo-Łużyczan, zamieszkałych tam do dziś dnia. Osiedlił się w Wielkopolsce i jest pra-

wdopodobnem, że sprowadzili go Jezuici, których dzieła drukował.

Drukarz Jan Wolrab wydał 100 druków; miał czcionki polskie i greckie. Wydatnie wspomagał go dr. Adam Paulinus z Pobiedzisk, poznański mecenas sztuki drukarskiej. Między rokiem 1583—1590 przeniósł swą drukarnię na Ostrów tumski, w pobliżu katedry poznańskiej. Umarł w roku 1592, po życiu spokojnem, nie przerywanem procesami i kłopotami finansowemi.

Po jego śmierci wdowa przeniosła drukarnię do starego budynku szkoły katedralnej, następnie zmarła w kilka lat później. — Drukarnią zarządzali opiekunowie jej synów. Pracowali w niej jako czeladnicy drukarze: Marcin B e r n b r o c h i Wojciech G e d e l j u s z, syn stolarza ze Śródki pod Poznaniem.

Następuje w roku 1602 podział drukarni między synów Wolraba. Starszy z nich, Jan, wyrusza ze swą częścią drukarni do Kalisza, gdzie ukazuje się pierwszy jego druk w roku 1603. Następnie sprzedaje drukarnię Jezuitom i wraca do Poznania, obejmując drukarnię brata. Wydaje panegiryki, podręczniki i druki pobożne. Umiera w roku 1630, zostawiając kilkoro dzieci.

Następnie po oddaniu w dzierżawę drukarni Wolrabowskiej drukarzowi Walerjanowi Grzegorzowi Piątkowskiemu z Krakowa, i odebraniu dzierżawy, drukarnia przechodzi drogą kupna w ręce Wojciecha Regulusa, który rozpoczął drukować w roku 1636.

Wzrosły wówczas w Poznaniu zamówienia na prace drukarskie. To też w międzyczasie, w latach 1620—1624 osiedla się w Poznaniu drukarz J a n R o s s o w s k i z Warszawy, który miał ciągłe zatargi z cenzurą.

Jakie były przepisy prawne, obowiązujące drukarnie poznańskie. Otóż nie wolno było prowadzić oficyny bez osobnego „consensu" rady miejskiej; drukarz pod karą wysokiej grzywny pieniężnej i więzienia musiał odbijać parę tylko egzemplarzy każdego dzieła i nie wydawać żadnego autorowi, lecz złożyć do cenzury w urzędzie biskupim. Dopiero po przejrzeniu przez cenzora mógł odbić resztę egzemplarzy i wydać je autorowi.

Pierwszymi więc drukarzami poznańskimi byli: Melchjor Nering, Jan Wolrab (ojciec), Jan Wolrab (syn) i Józef Rossowski, nie licząc innych, którzy pracowali tu lub przebywali przejściowo.

Poznań wydał jednak i sławnych drukarzy, tu urodzonych, a pracujących zagranicą. Jednym z nich był w połowie XVI wieku drukarz Rafał Skretuski, który drukował przed rokiem 1555 w Niderlandach, następnie w Zurychu i Wiedniu, poczem przenosi się do Dobreczyna i Białogrodu siedmiogrodzkiego, gdzie drukuje socynjańskie dzieła. Zasłynął on znakomitemi drukami i zajmuje się nim obfita literatura niemiecka. — Umiera w roku 1568.

Poznań jest także miejscem pobytu przejściowego drukarzy z XVI wieku: Jana Hallera, Sextilisa, Cyprjana, syna Aleksandra z Szamotuł, Anjezdeckiego, Jana Daubmana i sławnego drukarza wileńskiego dr. Franciszka Skoryny.

* * *

Dzieje drukarstwa polskiego w Poznaniu, wyżej opisane, udostępnione dzięki pracy dr. Marji Wojciechowskiej, warto poznać dziś, w czasie otwarcia Powszechnej Wystawy Krajowej.

Cztery wieki drukarstwa polskiego w Poznaniu minęło od tych czasów. Rozwijały się drukarnie, to podupadały, aż wreszcie dnia 19 czerwca do 8 lipca 1850 r. Towarzystwo Przemysłowe, powstałe jako wynik działalności zasłużonego męża, dr. Karola Marcinkowskiego, urządziło pierwszą polską wystawę przemysłową w Poznaniu. Pod przewodnictwem hr. Seweryna Mielżyńskiego urządzono na wystawie dział drukarski i litograficzny.

Dziś, w wolnej już Polsce, zobaczymy w pawilonie graficzno-papierniczym na P. W. K. po raz pierwszy polską sztukę drukarską i pokrewne gałęzie przemysłu graficznego. A widząc, cofniemy się myślą cztery wieki wstecz, i zastanowimy się, w jakich warunkach pracowali pierwsi drukarze poznańscy.

Mieczysław Matuszewicz.

Teka autolitografji Franciszka Tatuli „Poznań w barwach i nastrojach".

Ogół Polski nie zna jeszcze dostatecznie Poznania w jego poezji atrchitektonicznej, tej poezji murów, której się wiele odczuwa w Wilnie, Krakowie, Warszawie i w szeregu innych starych miastach Polski. Wrażenie Poznania, to wrażenie miasta nowoczesnego pod wielu względami miasta niemieckiego.

W okresie zaboru wielkopolski artysta szukał motywów malarskich na wsi, a jeżeli malował architekturę, to taką, która symbolizowała potęgę wolnej ojczyzny. Malował więc Wawel w Krakowie, w Wilnie „Wzgórze Trzech Krzyży", lub też „Rynek Warszawski" z pięknemi kamieniczkami.

Rdzenny zaś Poznańczyk czy to laik, czy artysta, potrafił i w murach nowego Poznania znaleźć zakąt-

ki o architekturze starej, o prawdziwem pięknie. Lecz piękno to było wrażeniem zupełnie wewnętrznem, ściśle związanem z stałą tęsknotą za niepodległość, nie afiszowano się nim. Było więc też stosunkowo mało dzieł plastycznych z architektury starego Poznania.

I właśnie ten wewnętrzny narodowy kult starej architektury naszego miasta kierował twórczość Tatuli w jego ostatniej wykonanej tece. Szereg jego autolitografij barwnych to rzeczy o pojęciu wybitnie impresjonistycznem. Walorów malarskich w nich tyle, ile wymagała technika litograficzna, miejscami zaś technika ta ustępuje pod wpływem prawie że mistycznego ujęcia tematu, co rzeczy samej jednakże nie szkodzi.

Zaprosił mnie kiedyś pan Franciszek do swojej pracowni i dopiero z okna jego „Siódmego Nieba", a było to pod wieczór na wiosnę, potrafiłem odczuć koloryt, który znajdujemy w jego interpretacji „Fary Poznańskiej". Nad szaro-czerwonemi dachami kamienic i kamieniczek wybija się dumnie przepiękna fasada kościoła farnego. Ujęcie to pod względem malarskim bardzo dobre, dla laika zaś, dla którego „Fara Poznańska" pozostawia wrażenie gmachu wtłoczonego w wąziutką ulicę Gołębią, jest ujęcie to miłą niespodzianką.

„Ratusz Poznański" ujął Tatula w 2 nastrojach. Pierwsze ujęcia to jasny słoneczny dzień z ostro rysującą się sylwetą ratuszową na tle nieba i z rozhandlowanym tłumem straganiarek u stóp. Drugie ujęcie to „Ratusz" w nocy o świetle księżyca, poważny, piękny w swem przeładowanem bogactwie renesansowem, tajemniczy i tworzący jakby dekorację do legendy o „Szarym dziadku Wieży Ratuszowej". Można śmiało twierdzić, że Tatula nie robił swej teki tylko dla siebie, tylko dla zadośćuczynienia fantazji artystycznej, jego autolitografje powstały dla tych, którzy stary Poznań zdawna kochają i dla tych, którzy go pokochają. *Marjan Ziółkowski.*

Metrampaż nowoczesnego dziennika.

W parze z rozwojem dziennikarstwa, który dzięki udoskonalonym maszynom rotacyjnym i do składania spotęgował się zwłaszcza w ostatnich czasach do niebywałości, przekształciła się również technika łamania nowoczesnej gazety. Oblicze niektórych dzienników zmieniło się w porównaniu do ich wyglądu przedwojennego prawie do niepoznania. Zmodernizowano bowiem nietylko nagłówek gazety przez użycie nowszego kroju pisma, rysowanego motywu i ilustracji lub odróżnianiem go czerwoną farbą od innego tekstu, lecz przedewszystkiem zmieniono dotychczasowy sposób stawiania tytułów i napisów oraz ugrupowanie artykułów w danej kolumnie.

Metrampaż ma tu więc nowe pole do działania, ale i nowe zadania, które sprostać musi, chcąc być pracownikiem rutynowanym. Życzeniem wielu składaczy jest wzbić się na tak zaszczytne stanowisko metrampaża przy dzienniku nowoczesnym. Mało jednak z nich zdaje sobie dokładnie sprawę z ogromu pracy, jaką codziennie na takiem stanowisku pokonać trzeba. Nie można bowiem w żadnym razie porównywać metrampaża gazety codziennej z metrampażem dziełowym lub jakiegoś czasopisma.

Od zdolnego metrampaża w pierwszym rzędzie zależy estetyczny wygląd gazety. Odznaczenie najciekawszych wiadomości, rubryki stałe, ich kolejność oraz ewtl. jednakowy codzień podział, wszystko szczegóły, na które metrampaż bezwzględnie zważać musi. Od zewnętrznego wyglądu zależną jest zwłaszcza przy nowych gazetach egzystencja danej gazety. Doświadczyło to na sobie niejedno wydawnictwo, które mimo doborowej treści redakcyjnej jedynie dzięki nieudolnemu przełamaniu kolumn krótki swój żywot zakończyły. Niestety zawsze tak bywa, że każde niedopatrzenie redakcji lub personału technicznego przypisuje się zazwyczaj metrampażowi. Dlatego też dbać on musi o odpowiedni personał techniczny, na którym może polegać. W większych czy mniejszych drukarniach winien on mieć decydujący głos przy przyjmowaniu składaczy i ich zwalnianiu. Metrampaż jest duszą gazety, a zarazem pośrednikiem między kierownictwem drukarni a wydawcą. Musi on redakcji oraz kierownictwu służyć dobrą radą oraz czynem i zgłosić, jeśli coś niedomaga lub zmienić na lepsze. Metrampaż winien być, rzecz jasna, dobrym drukarzem, znającym zawód swój od podstaw. Pozatem musi on być człowiekiem utalentowanym, posiadać dobrą pamięć oraz pewną dozę odwagi. Cośkolwiek znajomości literackiej nie zaszkodzi również, gdyż nieczytelne rękopisy, skracanie słów, dodawanie wzgl. przedstawianie notek oraz telegramów są niemal codziennem zjawiskiem przy łamaniu. Pozatem metrampaż musi być biegłym w obliczaniu rękopisów oraz musi należycie zadysponować pracą, ażeby wszystko poszło bez żadnego uszczerbku.

Metrampaż winien zaimponować przedewszystkiem światowem swem obejściem oraz konsekwentnem przeprowadzeniem swych myśli. Dalej musi umieć samodzielnie coś opuścić, musi umieć sam ocenić co można odstawić, a co koniecznie w numerze winno być umieszczone. Jeśli będzie długo pytał, straci napewno na powadze w oczach redaktorów. Twardo stanąć musi na swem stanowisku, ponieważ odpowiada za opóźnienie się numeru. W odniesieniu do personału postępować winien zawsze energicznie, sprawiedliwie i taktownie, a do pracy stanąć punktualnie. Reasumując powyższe metrampaż posiadać winien następujące zdolności fachowe: 1. Musi umieć ocenić każdy rękopis na ilość złożonych wierszy. 2. Musi znać dokładnie wydajność każdego zecera, aby odpowiednio podzielić pracę. 3. Nie powinien stracić przeglądu nad zapasem rękopisów oraz zestawu, musi umieć szybko łamać i nawet w największym pospiechu dbać o wzorowy porządek w swym oddziale. Uniknie on wszelkie tarcia i nieporozumienia z redaktorami, jeśli powyższe warunki z całą precyzyjnością wypełni. *Jcz.*

Z historji sztuki drukarskiej w Turcji.

Z okazji pierwszej w Turcji drukowanej i w dniu 31 stycznia 1721 roku w Stambule arabskiemi literami wydanej książki prasa turecka w długich artykułach opisywała to dla tureckiego rozwoju kulturalnego tak epokowe wydarzenie.

Obecnie, po tych dwu stuleciach tureckiej sztuki drukarskiej współczesna Turcja znajduje się pod wrażeniem o wiele większego przewrotu kulturalnego z powodu zaprowadzenia liter łacińskich, aniżeli wówczas, gdy u schyłku 15-stulecia rozpoczął i dokonał się pochód zwycięski sztuki drukarskiej po wszystkich krajach europejskich, a ówczesna Turcja musiała przejąć uznany w Europie techniczny środek pomocniczy w celu upowszechnienia słowa pisanego, nie potrzebując zrywać z kulturalną tradycją przeszłości.

W dziedzinie historji sztuki drukarskiej znane są dwa dzieła, jakoto: przed kilkunastu laty wydał orjentalista niemiecki F. Babinger obszerne studjum o księgarstwie i drukarstwie w Stambule („Stambuler Buchwesen", Fr. Babinger, wydane w Lipsku, 1919 r.), a niedawno temu, z okazji dwieścieletniej rocznicy tureckiej sztuki drukarskiej wydał nauczyciel kolegjum Robertsa Selim Nuzhet dzieło o powstaniu i rozwoju sztuki drukarskiej w Turcji (Selim Nuzhet, Türk Matbaacili, Stambuł 1928, u Ebuzziya).

Pismo arabskie odgrywało w krainach mahometańskich poważną rolę; nietylko, że stało się zupełnie bujną gałęzią sztuki, lecz co więcej, nabyło nawet charakteru sakralnego przez to, że mahometańska księga święta, koran, pismem arabskiem była pisaną. Była — pisaną, nie drukowaną. Sakralny charakter tego pisma niezawodnie zyskał na poważaniu jeszcze przez to, że według nauki tureckiej teologji ortodoksyjnej koranu nie stworzył czasem Bóg, lecz, że znajdował się już z chwilą zaistnienia świata, spisany na tablicach, które według eszatologji islamistycznej przechowywane bywają pod tronem Boga.

Pismo arabskie w swem osobliwem rysunku bujnym było odpowiednikiem pojęć estetycznych ludów mahometańskich, to też drukarstwo w pierwszych swych początkach i wynikających stąd koncesyj w dziedzinie technicznej, wobec pięknych, bogato zdobionych rękopisów raczej wydawać się musiało im jako mechanizacyjny, kulturalny zastój artyzmu pisarskiego. Z tem pojęciem łączyła się też obawa nader licznej falangi przepisywaczy mahometańskich dzieł świętych, która przez zaprowadzenie sztuki drukarskiej czuła się zagrożoną w swych żywotnych interesach i stąd szerzyła niechęć do drukarstwa, jako zbędnego nowatorstwa.

To wszystko niezawodnie przyczyniło się do tego, że jeszcze w 18-stuleciu Turcy nie posługiwali się sztuką drukarską, chociaż w innych krajach europejskich zabierano się już do drukowania dzieł pismem arabskiem. Pierwsze dzieło arabskie zostało w 1514 roku drukowane we Włoszech, a już w 1592 roku wydano w drukarni Mediceuszów we Florencji gramatykę arabską, a równocześnie Wenecja zaczęła drukować dzieła tureckie. Wenecjanie, jak zapiski historyczne głoszą, złożyli sułtanowi tureckiemu w darze kompletnie urządzoną drukarnię, którą tenże jednakże kazał wrzucić do morza. Pewien Anglik drukował, jak zapiski głoszą, korany w Anglji i ofiarował takowe w celu nabycia sułtanowi tureckiemu, które je zapłacił i również do morza wrzucić kazał.

następnie na około 4000 osób. Roczna wypłata myt pracownikom drukarskim określona jest liczbą 8,250,000 dolarów. Dzień w dzień przerabia się w tej oficynie piętnaście tonn metalu maszynkowego, a 160,000 form drukuje się w ciągu całego roku. Przeszło 10,000 stronic formatu oktaw korektur w różnych językach czyta i rewiduje się codziennie. Do przewozu gotowych druków używa się 27 samochodów ciężarowych, znoszących ładownie towarów od 1 do 5½ tonn ciężaru. Pozatem do usług tego zakładu graficznego stoją do dyspozycji trzy kołowce motorowe. W 1926 roku zużyto papieru dla produkcji druków za okrągłą sumę 3,200,000 dolarów; co stanowi 27 procent kosztów ogólnych wszystkich wykonanych prac drukarskich. W zakładzie graficznym znajduje się zupełnie urządzone laboratorjum w celu badania wszystkich towarów i materjałów, znajdujących się na składnicy oraz w celu zbadania wszelkich dostaw towarowych. W 1927 roku wydrukowano ogółem 1,800,000,000 kart pocztowych i rozesłano takowe wprost wszystkim urzędom pocztowym w kraju.

W tych rządowych zakładach graficznych znajduje się też szkoła drukarska dla uczni drukarskich, w której kształci się przeszło 200 adeptów sztuki graficznej wszelkiego rodzaju.

W tym samym roku wykonano przeszło 320 miljonów blankietów przekazów pieniężnych, a żaden przekaz w ciągu ostatnich 20 lat, w których przekazy te w rządowym zakładzie graficznym wydrukowano, nie zaginął.

Rzecz ciekawa, że niemal bez wyjątku wszystkie osobistości kierownicze zakładu graficznego „Government Printing Office" pochodzą z kół pracowniczych, awansowanych z powodu ich osobistych zdolności fachowych, które sobie z biegiem lat zdobyli. Z innej strony również wielu akademikom i przedsiębiorcom handlowym rzeczona drukarnia rządowa posłużyła jako pole do popisu. Wszędzie spotyka się lekarzy, adwokatów, inżynierów i architektów, którzy wykorzystali nadzwyczajną możliwość poczynienia badań naukowych, pracując równocześnie w zakładach graficznych „Government Printing Office". W przemyśle graficznym znajduje się wielu pracodawców i oficjalistów na odpowiedzialnych stanowiskach drukarskich, którzy dawniej odbywali praktykę w rzeczonej drukarni rządowej.

Niedawno temu nabyła administracja drukarni aparat kinematograficzny, który służy do potęgowania wiedzy fachowej personelu. Filmy dla personelu pracującego dziennie, bywają o godzinie 8 wieczorem, a dla pracującego w nocy o godzinie 11 wieczorem wyświetlane, tak, że w tym przypadku część pauzy się na to zużywa, a reszta pokazu filmowego kończoną bywa w czasie pracy. Nikt z personelu nie jest przymusowo zobowiązany do uczęszczania na przedstawienia kinematograficzne z dziedziny drukarskiej, atoli z ilościowego uczęszczania na wspomniane pokazy fachowe zarząd zakładów graficznych przekonuje się, którzy pracownicy interesują się swą pracą zawodową, a pozatem uzależnia się przyznanie wyższych stawek zarobkowych od częstego przybywania na fachowe pokazy filmowe z dziedziny grafiki.

Rozumie się samo przez się, że drukarnia o tak olbrzymich rozmiarach posiada też własną kantynę. Jeżeli praca odbywa się na trzy zmiany, to „Cafetria", jak Amerykanie zazwyczaj zowią salę jadalną, jest otwartą dniem i nocą, a gdy załoga drukarska nie jest zajętą na trzy zmiany, wówczas otwartą jest od godziny 7 rano do północy.

Na dachu gmachu drukarni rządowej urządzono sztuczny ogród, ustawiono liczny szereg ławek, ażeby w przerwach podczas pracy dziennej czy nocnej pracownicy mieli miejsce na wypoczynek. Z dachu tego jest piękny widok na miasto i góry stanu Wirginja. Wieczorami i w nocy ogród na dachu bywa oświetlany. Chociaż administracja drukarni „Government Printing Office" stawiła ogród na dachu do dyspozycji personelu zatrudnianego, sprawiła urządzenie, dostarcza opału, światła i urządzeń dla sal jadalnych i wypoczynkowych, to finansowanie i kierownictwo spoczywa w ręku ochotniczego stowarzyszenia personelu „G. P. O. Cafeteria and Recreation Association". Celem tego stowarzyszenia, według statutów, jest urządzenie „Cafeterji i sal wypoczynkowych w ósmem piętrze i w ogrodzie znajdującym się na dachu gmachu zakładów graficznych „Government Printing Office", gdzie smaczne potrawy po cenie najniższej sprzedawane bywają, gdzie wszyscy korzystać mogą z wypoczynku, oczywiście za zezwoleniem Public Printera (zarządcy drukarni).

Każdy pracownik zakładów graficznych ma prawo do przynależenia do tego stowarzyszenia, a członkostwo zdobywa się za jednorazową opłatą, którą przeznaczono na fundusz utworzenia kapitału w celu podtrzymania restauracji. Wstępne jest bardzo niskie, a poszczególny pracownik wpłacał według upodobania 1 lub 2 dolary z tym warunkiem, że z chwilą wystąpienia z pracy w drukarni rządowej pieniądze te zostaną mu zwrócone.

Ogół wpływów datków członkowskich z tego tytułu wynosił blisko 4500 dolarów, ponieważ wszyscy pracownicy zapisali się w poczet stowarzyszenia, a każdy z nich przeważnie wpłacał tylko dolara. Dotychczas zwrócono wpłatę na cel, o którym zwyż mowa, 300 do 400 pracownikom, którzy opuścili byli zajmowane stanowisko w drukarni rządowej.

Salę jadalną otwarto w styczniu 1922 roku; znajduje się w niej tysiąc krzeseł i jest dostępną dla każdego pracownika rzeczonego zakładu graficznego. Spożywanie potraw w ubikacjach przeznaczonych do pracy jest zakazane. Oficjaliści, którzy pożywienie przynoszą z domu, są tak samo mile w Cafeterji widziani, jak ci, dla których istnieje osobny bufet w celu nabywania kawy, herbaty, mleka lub chleba.

Dwa bufety istnieją dla pracowników rasy białej, jeden natomiast dla zajętych w drukarni murzynów, których znajduje się w drukarni około 800. Osobna część restauracji jest przeznaczoną dla pracowników ras kolorowych, którzy jednakże te same artykuły spożywcze otrzymują, co członkowie rasy białej. Inna sala restauracyjna jest przeznaczoną dla niepalących. Od godziny 12 począwszy udaje się personel w odstępach ćwierćgodzinnych na spożycie obiadu. Około 350 ludzi może być obsłużonych w przeciągu siedmiu minut. Z powodu tak skorej obsługi w restauracji rządowej drukarni, personel ma jeszcze czasu wystarczająco na wypoczynek w innych ubikacjach, albo w Harding Hall, która przylega do sali jadalnej, lub też w kręgielni, czy w ogrodzie na dachu. Kuchnia posługuje się tylko elektrycznością. Z wyjątkiem chleba wypieka się wszelkie pieczywo w kuchni.

Zadaniem „Cafeterji" nie jest usiłowanie, ażeby przynosiła zyski, lecz żeby dostarczała smacznych potraw po najtańszych cenach. Obiad kosztuje 25 centów i składa się, wedle wyboru, z potraw mięsnych, kartofli, warzywa, mleka, kawy lub herbaty, zakąsek, chleba i masła.

Co piątek przygrywa podczas obiadu od godziny ½12 do godziny 1 minut 15 składająca się z 12 osób orkiestra biurowa, a personel przy dźwiękach muzyki używać może ochoczo rozrywki tanecznej. Koncert rzeczony przygrywa również podczas przerw pracy, przeznaczonych na spożywanie kolacji. Wszyscy członkowie orkiestry są członkami personelu biurowego. Ćwiczą się oni w grze na różnych instrumentach w wolnym od zajęć czasie, natomiast podczas koncertów piątkowych są zwolnieni od prac biurowych. Również koncertują oni na wieczorkach tanecznych, od razu do razu przez personel urządzanych, za co pobierają od tancerzy osobne honorarjum. Zysk z urządzanych zabaw płynie do kasy stowarzyszenia „Cafeterji".

Nad stanem zdrowotnym personelu rządowego zakładu graficznego „Government Printing Office" czuwał fachowo zorganizowany wydział szpitalny pod kierownictwem lekarza drukarni rządowej. Do pomocy służy mu dwóch lekarzy asystentów oraz trzy siostry zakonne. Jeden z lekarzy zawsze jest na miejscu, nawet wtenczas, gdy drukarnia jest w pełnym ruchu za dnia i w nocy. Nie ma w ubikacjach graficznnych szafek aptecznych „pierwszej pomocy", ponieważ personel przy nieznacznych urazach cielesnych sam się zgłaszać ma w szpitalu drukarni. Jeżeli natomiast zachodzi potrzeba, to zasłabłego pracownika drukarni odwozi się specjalnym powozem do domu lub szpitala.

Pracownicy nie potrzebują się zgłaszać w szpitalu, jeżeli nie dłużej jak przez dwa dni z powodu zasłabnięcia nie stawili się do pracy. Jeżeli natomiast nie przybyli do pracy przez trzy lub więcej dni, wówczas wolno im pracę podjąć z powrotem, dopiero po zbadaniu ich stanu zdrowia przez lekarza zakładu graficznego, po udzieleniu przez tegoż zezwolenia na podjęcia pracy. W razie przystania na to czas spędzony w szpitalu policzony będzie jako czas spędzony przy pracy.

Po zastosowaniu tego systemu liczba brakujących przy pracy znacznie się zmniejszyła. Chociaż pracownicy po trzydniowej nieobecności dopiero przybyć muszą do szpitala, to jednakże wobec zachodzących zasłabnięć przemijających zgłaszają się często natychmiast, tak że liczba korzystających w ciągu roku z posługi lekarskiej wynosi rocznie 4000 do 5000. W taki sposób wiele chorób tłumionych bywa w zarodku.

Nie może być żadnej wątpliwości pod tym względem, że wspólne usiłowania urzędników i pracowników zakładu „Government Printing Office" przez założenie i wykonywanie tych urządzeń wielką usługę oddali zatrudnionym pracownikom. Co jedynie już z powodu tańszych obiadów i zakupu artykułów spożywczych zaoszczędzono pieniędzy, to wynosi tysiące dolarów, natomiast nie można zaprzeczyć, że sposobność uzyskania w gmachu drukarni państwowej ciepłej i smacznej potrawy wywiera wpływ korzystny na stan zdrowia pracowników. Inne urządzenia w tej państwowej drukarni pomnażają zainteresowanie personelu zatrudnionego dla ich warsztatu pracy, potęgują ochotę do pracy i zdolność wytwórczą personelu. To nawet statystycznie stwierdzono.

Public Printer, zarządca rządowego zakładu graficznego, twierdzi pod tym względem w swem rocznem sprawozdaniu, co następuje:

To doskonałe porozumienie, co naturalnie wpływa na spotęgowanie produkcji, polega na lepszych okolicznościach, w których personel obecnie pracuje. Nowa sala jadalna Harding Hall oraz miłe ubikacje dla wypoczynku personelu posiadają nieocenioną wartość w kierunku doskonałego stanu zdrowia i zadowolenia pracowników, których dotychczas ze strony rządu zaniedbywano. Temu nowemu kierunkowi ma drukarnia rządowa „Government Printing Office" do zawdzięczenia szybki rozwój jako jednego z najproduktywniejszych i najdonioślejszych przemysłowych zakładów graficznych w Stanach Zjednoczonych Ameryki Północnej nietylko, lecz na całej kuli ziemskiej.

Dla praktyki drukarza.

Nowa regulacja tłoku przy tyglówkach.

Ważnym punktem przy konstrukcji tyglówek jest praktyczne zastosowanie regulacji tłoku. Pierwotną formą regulacji tłoku było wyposażenie tygla tłokowego w 4 do 6 śrub regulacyjnych, jednak było to tylko prymitywnem rozwiązaniem tego problemu, ponieważ zużywać musiano zbyt wiele staranności i czasu na właściwe uregulowanie, a i potem rezultat często nie zadawalniał, ponieważ przy większej formie mógłby się tygiel łatwo złamać. Późniejsza forma regulacji tłoku, połączona z masywnym tyglem tłokowym, który wykluczał złamanie się mimo ciężkich form, oznaczała znaczny postęp pod tym względem, że odpadały przy tem śruby regulacyjne. Ażeby po uskutecznionej regulacji uzyskać na nowo równoległość stosowano rozmaite konstrukcje. W kilku przypadkach był tygiel tłokowy wahadłowo w swych trzymadłach umieszczony i zapomocą przedstawienia śruby



dociągowej można była osiągnąć równoległość. W innych przypadkach stosowano ekscentrycznie wyrobioną dolną oś tyglową lub też konstruowano łożyska ekscentryczne, tak, że przez ich obroty zyskiwano znowu równoległość. Te konstrukcje wykazywały przedewszystkiem tę niedogodność, że do regulacji tłoku potrzeba było narzędzi, a wyczucie dokładnej regulacji było utrudnione. Potrzeba do tego było dłuższych prób.

Ideał regulacji tłoku musi być następujący: regulacja musi być odczuta i możliwie bez żadnych narzędzi, ponieważ tylko wówczas uskutecznić można zmianę regulacji przy najmniejszej stracie czasu.

Idealnem rozwiązaniem tego problemu jest nowa, patentem ochroniona regulacja tłoku, zastosowana przy tyglówkach „Excelsior" fabryki maszyn Carl

Thuemecke w Gdańsku. Ażeby uzyskać łatwą i dokładną regulację tłoku, co uskutecznić można bez żadnych narzędzi, szybko i wygodnie zaopatrzono części odłącznika jako też dobrą ekscentryczną oś tyglową i koło ślimaczkowe wraz z ślimacznicą. Ślimacznicą można za pomocą gwiazdzistego chwytu dowolnie okręcać. Przy kręceniu na prawo zwiększa się tłok, przy kręceniu na lewo, lżeje. Ponieważ ślimacznica z kołem ślimakowem działają samohamująco, jest więc przyrząd ustawiczny zupełnie zbyteczny. Uproszczona ta mikrometrowa regulacja tłoku usunięcia regulacji za pomocą śrub i kluczy, upraszcza obsługę maszyny nadzwyczajnie.

Podany powyżej rysunek schematyczny uwidocznia sposób pracy tych urządzeń bardzo dobrze. Regulacja tłoku uskutecznia się kilku chwytami bardzo dokładnie.

Duża ilość dostarczonych maszyn i chlubne uznanie są najlepszym dowodem o wartości i praktyczności tej nowej regulacji tłoku, fabryki maszyn Carl Thuemecke w Gdańsku.

Duch i maszyna.

Pozornie dwa wykluczające się wzajemnie pojęcia. Mówi się przecież często o „bezdusznej maszynie“ i naodwrót o człowieku wykonywującym bezmyślnie jakąś robotę, że „pracuje jak maszyna“. Że nie wchodzą tu jednak w grę dwie przeciwstawne siły, jak ogień i woda, tego dowodzi najbardziej przekonywująco wynalazek, który pracę ręcznego składacza przelał na maszynę. Gutenberg uważany jest za wynalazcę oddzielnej czcionki. Technika ta składania ręcznego przetrwała bez zmiany cztery stulecia, i zdawało się, że pracy tej maszyną wykonać nie można. Dopiero u schyłku 19-go wieku zaszła w tej dziedzinie fundamentalna zmiana.

Wynalezione nasamprzód maszyny do składania, które samoczynnie szeregowały posiadane zapasy czcionek, nie mogły jednak zadość uczynić nawet najskromniejszym wymaganiom. Z chwilą dopiero, kiedy udało się stworzone do tego celu matryce po użyciu mechanicznie odkładać na ich stałe miejsca oraz wyrównywać samoczynnie odstępy między wyrazami (justować), nastąpił właściwy rozkwit maszyn do składania, bez których dzisiaj już żadnej drukarni gazetowej, dziełowej, ba nawet akcydensowej nie możemy sobie wyobrazić.

Najdoskonalszą z pośród maszyn składających jest bez wątpienia wynaleziona przez inżyniera Lanstona maszyna do składania i odlewania oddzielnemi czcionkami „Monotype“, ponieważ dzięki ścisłemu podziałowi pracy na umysłową, wykonywaną przez składacza i mechaniczną, którą samoczynnie wydaje maszyna odlewnicza, nie tylko osiągnięto najwyższą wydajność, lecz przedewszystkiem doskonały w jakości produkt, skadający się z zawsze świeżo odlanych, nowiuteńkich, ostrych czcionek, wyjustowanych w genjalny sposób z matematyczną dokładnością. Produkt ten zaspokaja najbardziej wyszukane wymagania bibljofilów.

Funkcje monotypu są, jak rzeczono, podzielone. Aparat do składania, który w budowie i obsłudze podobny jest do wielkiej maszyny do pisania, przenosi uderzenia składacza w postaci systematycznie ułożonych dziurek na odwijającą się taśmę papieru. Właściwa zaś maszyna odlewnicza pracuje zupełnie samoczynnie, kierowana w swych czynnościach przez tąż taśmę papieru. Z tego podziału na składanie i odlewanie wynika, że tempo pracy wymienionych obu maszyn, oddzielonych od siebie też przestrzennie, może być dowolnie różne. Składacz, wolny od wszelkiej troski o mechaniczną stronę toku pracy, skoncentrować może całą swoją uwagę na samo składanie i wobec tego osiąga bezwarunkowo znacznie wyższą wydajność aniżeli na innych maszynach, przy których obsługa rozdrabniać się musi stale na czytanie, składanie, odlewanie, odkładanie matryc oraz kontrolę maszyny. Z tego względu też uchodzi monotyp za najdoskonalszą i najbardziej wydajną ze wszystkich maszyn do składania. *A. J.*

Maszyny do powielania i ich wpływ na zmniejszenie prac w drukarstwie.

W dzisiejszych czasach rozwoju życia gospodarczego, przedsiębiorstwa przemysłowe i handlowe mają duże zapotrzebowanie na druki wszelkiego rodzaju i w budżecie każdego z przedsiębiorstw figuruje poważna kwota na wydatki dla drukarń.

Drukarnie otrzymywały zamówienia nietylko na druki handlowe, prospekty, cenniki itp., lecz także był szereg innych drobniejszych robót. Poważne przedsiębiorstwa przemysłowo-handlowe, dbające o swą reputację przy składaniu swych memorjałów do władz i urzędów dbały o to aby memorjały te wykonane były starannie pod względem technicznym i aby zewnętrznie przedstawiały się okazale. Ten warunek mógł dać tylko dobry druk. Ale, rzecz zrozumiała, połączone to było z pewnemi kosztami.

Myśl ludzka pracuje nieustannie nad rozmaitemi zagadnieniami. Oddawna już, a ostatnio temwięcej szereg ludzi nauki poczyniło starania w kierunku oszczędności w produkcji.

Po wielu obliczeniach, zarządy zakładów przemysłowo-handlowych przyszły do przekonania, że z wielu powodów, a przeważnie ze względów oszczędności czasu i pieniędzy, wykonywanie druków o ile praktyczniej dałoby się przeprowadzić we własnym zakresie.

A więc niektóre przedsiębiorstwa przemysłowe i niektóre banki pozakładały własne drukarnie. Z większych przedsiębiorstw światowych na uwagę zasługują zakłady graficzne Forda, drukujące artystyczne prospekty samochodowe we wszystkich językach świata. W Polsce niektóre tylko maleńkie drukarnie są własnością przedsiębiorstw przemysłowych czy bankowych. Natomiast zasługuje na uwagę pogłoska o tworzeniu przez wielką firmę wyrobów gumowych „Pepege“ w Grudziądzu własnej drukarni o większych rozmiarach.

Przedsiębiorstwa przemysłowo-handlowe innych gałęzi, niż drukarstwo, — zakładając własne drukarnie do swych potrzeb zareklamowania własnej produkcji, — miały na celu umożliwienie wykonywania we własnym zakresie wszelkich druków, aż do najbardziej skomplikowanych.

Na zakładanie własnych drukarń nie mogły pozwolić sobie ze względów finansowych mniejsze przedsiębiorstwa przemysłowo-handlowe. Ale i te dążyły do zaoszczędzenia w swych budżetach sum wydawanych corocznie na druki.

Temu szeregowi drobnych przedsiębiorstw przemysłu, handlu, biurowości i administracji przyszły

w pomoc wynalazki, dające możność mechanicznego wykonywania u siebie druków nieskomplikowanych.

A więc były pewne widoki oszczędności dla przedsiębiorstw.

Mogły one wykonywać u siebie druki nieskomplikowane w małej ilości, pozostawiając drukarniom do wykonywania druki więcej skomplikowane, tabelaryczne, z ilustracjami itp.

Te „udogodnienia“ w oszczędności czasu i pieniędzy dały wynalazki: maszyn do pisania, hektografów, szapirografów i maszyn do powielania, czyli powielaczy.

Ostatnia szczególnie maszyna spowodowała mniejszą liczbę zamówień na druki i przyczyniła się niewątpliwie do zmniejszenia prac w drukarstwie.

Co to jest „powielanie“. W Polsce słowo to jest nowotworem językowym, a pochodzi właśnie od systemu pracy na maszynach do powielania, t. j. sporządzania odbitek drukarskich w wielkich ilościach egzemplarzy.

Początek w wynalezieniu maszyny do powielania, dały maszyny do pisania.

Przez wynalezienie maszyny do pisania osiągnięto możność czystego, wyraźnego i dla wszystkich czytelnego sporządzenia pisma sposobem mechanicznym, przez uderzenia w klawiaturę. Mając już taki mechanicznie wykonany egzemplarz listu handlowego czy prospektu, czyniono wysiłki, czyby nie można wykonać większej ilości takich egzemplarzy, których treść stale się powtarza. Osiągnięto to zapomocą podkładania między arkusze papieru kalkowego, lecz osiągnięto produkcję w ilości nie wyższej, jak 5 egzemplarzy.

Wysiłki, skierowane w celu osiągnięcia większej ilości jednobrzmiących odbitek, uwieńczone zostały pomyślnym skutkiem przez wynalezienie tzw. **hektografu.** Na hektografie można sposobem mechanicznym osiągnąć kilkaset jednobrzmiących odbitek nawet z rysunkami i wykresami.

Lecz i to nie zadowoliło wynalazczości ludzkiej. Dążono do osiągnięcia odbitek w tysiącach egzemplarzy, któreby zastąpiły odbitki drukarskie. Osiągnięto to przez wynalezienie **maszyny do powielania.** „Powielaczka“ jest więc dalszym etapem po wynalazku maszyny do pisania.

„Powielanie“ polega na wykonaniu większej ilości odbitek pisma lub schematu sposobem odmiennym niż w drukarstwie, a mianowicie zapomocą szablonu. Szablon taki, składający się z rdzenia (japoński papier perowaty, w rodzaju woskowego), zapisuje się zwykle maszyną do pisania i to w ten sposób: Zakłada się papier woskowy, zdejmuje się taśmę z tuszem, i uderza silnie w klawiaturę, rezultatem czego w papierze woskowym powstaje perforacja, czyli dziurki o obrazie czcionek. Dziurki te następnie przepuszczają farbę.

Szablon taki jest rodzajem **matrycy.** Jeżeli więc podkłada się pod taki szablon (matrycę) arkusz z czystego papieru i pociąga po nim farbę, to otrzymuje się odbitkę zrobionych na szablonie znaków, zupełnie tak samo, jak przy malowaniu w desenie ścian mieszkaniowych.

Szablon taki wykonać można nietylko zapomocą maszyny do pisania, lecz także zapomocą specjalnie w tym celu przyrządzonego pióra. Pióro to wynaleziono przed kilkudziesięciu laty, a skonstruowane jest z naciętego kółeczka stalowego obracającego się na drobnej osi.

Był to początek próby przenoszenia pisma na papier specjalnym sposobem. Znane są, jak wiadomo, różne sposoby przenoszenia pisma, i to: na kamień litograficzny, na szkło, na płyty cynkowe, na masę żelatynową, jak to ma miejsce w ostatnim wypadku przy szapirografach.

„Powielanie“ zostało uznane za sposób praktyczny i tani do sporządzania odbitek drukarskich. W związku z tem wzrasta zapotrzebowanie, a tem samem i produkcja maszyn do powielania.

Ilość fabryk, wyrabiających powielarki obliczają na całym świecie, na 200. W codziennym użyciu dziś samych maszyn angielskich jest około 110 tysięcy. Anglja pokrywa 70 proc. całkowitego zapotrzebowania światowego „powielarek“. Pozatem Niemcy „podrabiają“ wyroby angielskie i produkują także maszyny do powielania. Z polskich znane są powielarki systemu „Wtór“.

Dziś w każdem większem biurze, czy to prywatnem, czy rządowem, komunalnem i w każdej instytucji, gdzie potrzebna jest pewna ilość jednobrzmiących listów, okólników, formularzy, cyrkularzy, cenników, prospektów, rachunków, zawiadomień instytucyj, raportów — wykonywa się je sposobem powielania w tysiącach egzemplarzy zapomocą maszyny do powielania. Także w ten sposób wykonywa się komunikaty prasowe, rozsyłane gazetom do przedruku jako artykuły.

W Polsce system ten stosują biura amerykańskiego koncernu samochodowego „General Motors Corporation“, która to instytucja wydała ostatnio, sposobem powielania, cały zeszyt, zawierający opis swych zakładów na stu stronach, poprostu całą książkę, dając jej okładkę litograficzną.

Maszyny do powielania konkurują bezsprzecznie z drukarniami i zabierają drukarniom część robót. Jako takie, mają duże zalety. Umożliwiają uniezależnienie się od drukarń, szybkość wykonania dowolnej ilości odbitek, dyskrecję, a wobec nieskomplikowanej obsługi ich, każdego można przy nich zatrudnić. Zapewniają czystość pracy i niezliczone ilości wyraźnych odbitek.

I dlatego wywierają i wywierać będą na przyszłość wpływ, rezultatem którego będzie zmniejszenie ilości prac w drukarstwie. *M. M.*

Badania psychotechniczne.

Olbrzymi postęp techniki, jaki się rozwinął w ostatniem stuleciu, coraz większe stawia wymagania pod względem zdolności fizycznych i umysłowych jednostki. Minęły bezpowrotnie czasy marnotrawstwa czasu. Dzisiejszy postęp wyraża się w wykorzystaniu każdej chwili i każdej zdolności. Każde stanowisko wymaga specjalnych zdolności. Stwierdzić te zdolności jest zadaniem badania psychotechnicznego.

Zawód graficzny wymaga od pracownika nietylko gruntownej znajomości fachu, ale również doskonałego zdrowia. Poza tem ze względu na szeroki zakres dziedziny graficznej, szczególnie zecerom potrzebna jest choćby pobieżna znajomość różnych dziedzin wiedzy, np. biegłość w czytaniu rękopisów, znajomość choćby pobieżna języków, matematyka, literatura, fizyka, — maszynistom zaś mechanika, chemja. Zatem wskazanem byłoby, aby do zawodu graficznego przyjmować ludzi o lepszem wykształceniu — możliwie ze szkoły wydziałowej — i to lu-

kandydatowi wzgl. zaprzeczenia nie mają oznaczać wyniku badania, a tylko być wątkiem dalszych dociekań. Dla wypróbowania kandydata co do stałości sądów, można nawet mimo racji kandydata być innego zdania (sprzecznego). Tylko kandydat nie zmieniający mimo wszystko swego sądu, ma sąd pewny. Wykazanie pewności kandydata w swym fachu w pierwszym rzędzie jest celem badania psychotechnicznego. *Szczepan Błaszkowski.*

Piękna uroczystość Koła Składaczy Maszynowych w Poznaniu.

W triumfalnym swym pochodzie po Europie zawitał pierwszy linotyp również do Poznania w roku tysiącdziewięćsetnym. Ustawiono bowiem pierwszą maszynę do składania w tym czasie w drukarni Merzbacha oraz dziś już nie istniejącej drukarni „Pracy". Za tymi zakładami poszły i inne drukarnie, zwłaszcza gazetowe, które wnet spostrzegły, że bez maszyn do składania wydawanie nowoczesnego dziennika nie jest do pomyślenia. Dziennikarstwo więc zawdzięcza w głównej mierze świetny swój rozwój maszynom do składania. Lecz jak każdy nowy wynalazek w dziedzinie graficznej przyjmowany bywał z ostrożnością i niedowierzaniem, tak przyjętą była również wiadomość o maszynie, która zupełnie zastąpić miała składacza ręcznego, tem bardziej, iż już początku dziewiętnastego wieku niezliczona ilość wynalazców nad rozwiązaniem tak wielkiego problemu się głowiła. Nic więc dziwnego, że ukazanie się modelu pierwszej linotypy na wystawie przemysłowej w Berlinie w roku 1895 oraz jej dalszy pochód po różnych krajach wzbudzić musiał pewne obawy w szeregach składaczy ręcznych, którzy w nowym tym koledze żelaznym widzieli wroga, odbierającego im chleb codzienny. Lecz na to nie było rady — należało iść z postępem czasu i zainteresować się bliżej tym genjalnym wynalazkiem.

W owym więc też czasie porzucił niejeden składacz kątnik i sztylet, by zapoznać się z techniką składania maszynowego i zapewnić w ten sposób swój byt. Wielu z nich korzystało z kursów, zorganizowanych w fabrykach i szkołach maszyn do składania, któret z biegiem czasu w różnych centrach drukarskich na zachodzie powstawały.

Poznań więc nie stał na szarym końcu, skoro już zaledwie kilka lat po wynalazku linotypy, maszyny takie u nas już pracowały. Do pierwszych drukarzy poznańskich, którzy pierwsi stali się składaczami maszynowemi i na trudnem tem stanowisku wytrwali przez lat dwadzieściapięć, należą pp. Roman Marcinowski, Franciszek Rynarzewski i Józef Flisiak. Tym to jubilatom urządziło poznańskie Koło Składaczy Maszynkowych z okazji dziesięciolecia swego istnienia wspaniałą uroczystość w niedzielę, 12 maja b. r., która rozpoczęła się mszą św. i okolicznościowem kazaniem w pięknym starożytnym kościele Katarzynek. Następnie o godzinie 11 odbył się bankiet w salach „Boulevardu" przy udziale wielkiej liczby członków Koła Maszynkowych, delegatów i gości. Przewodniczył pierwszy prezes Koła p. Walkowiak. Piękny prolog na cześć Jubilatów i Koła wygłosił p. Mąderek. Ze sprawozdania dziesięcioletniej działalności Sekcji Składaczy Maszynowych, wypracowanego przez sekretarza p. Gajewskiego, wynika, że lwią część pracy poświęcono sprawom ściśle technicznym; urządzano wycieczki naukowe do różnych drukarń, by zapoznać o ile możności wszelkie typy maszyn do składania oraz wygłoszono cały szereg wykładów i odczytów fachowych. Urządzono również kurs zmontowania maszyn.

Punktem kulminacyjnym uroczystości było uczczenie Jubilatów. Przemówił nasamprzód obecny prezes Koła p. Marciniak, który w barwnych słowach zilustrował historję maszyn do składania oraz mozolne i dużo hartu wymagające stanowisko składacza maszynowego. Poczem wręczył Jubilatom piękne w ramy oprawione dyplomy oraz pamiątkowet dzieła o rozwoju maszyn do składania, ofiarowane Jubilatom przez firmę „Grafika" w Berlinie.

Nastąpiły przemówienia kilkudziesięciu delegatów, członków i gości, którzy w uznaniu zasług organizacyjnych i poniesionych trudów wynikających z intensywnej i długoletniej pracy zawodowej składali jubilatom najszczersze życzenia, a Stow. Składaczy Maszynowych dalszej owocnej pracy na polu oświaty zawodowej.

Uroczystość jubileuszową upiększały utwory muzyczne Klubu mandolinistów oraz występy Chóru Drukarzy. Obchód jubileuszowy zakończono zabawą taneczną w godzinach wieczórnych. Wśród miłego i serdecznego nastroju i pogawędce koleżeńskiej bawiono się do późnej nocy. Żałować jedynie należy, że tak piękną uroczystość nie uwieczniono fotografją.

Icz.

Z chwili bieżącej

Wystawa poglądowa wszelkich działów graficznych. W dziesiątą rocznicę założenia Polskiego Towarzystwa Graficznego w Poznaniu, przypadającą w roku bieżącym, zorganizowaną zostanie Wystawa poglądowa nowoczesnych druków, rysunków, projektów graficznych, modeli maszyn drukarskich wszelkiego rodzaju, wykresów i statystyk oraz materjału poglądowego dla nauki elementarnej i dokształcającej zawodu drukarskiego.

W tym celu uprasza się o nadsyłanie wszelkiego rodzaju eksponatów na ręce bibljotekarza P. T. Gr. Stefana Mollera w Poznatniu, ul. Św. Marcina nr 33.

Zarząd Polsk. Tow. Graficznego.

Wystawa książek w Rzymie. Z okazji pierwszego międzynarodowego kongresu bibljotekarskiego i bibljografji w Rzymie organizowany bywa szereg wystaw książki pięknej. Szczególne znaczenie będzie miała wystawa bibljoteczno-ekonomiczna, zawierająca także plany budowlane olbrzymich bibljotek, wzory półek książkowych z drewna lub metalu, sprzęty ozdobne dla czytelń, wzory różnych gatunków papieru, bibljoteki ludowe, regjonalne, szkolne i dla dzieci, specjalne i t. p. Nagrody, które na polu produkcji książek przodują, jak Stany Zjednoczone Ameryki Północnej, Anglja, Niemcy, Włochy i Japonja zgłosiły udział w wystawie rzeczonej, ogółem postanowiły dotychczas wziąć udział w wystawie 22 państwa.

Sprzedaż dziennika angielskiego . Z Londynu donoszą, że stronnictwo angielskie „Labour Party" nabyło od byłego kanclerza skarbu, Snowdena, założony przez niego kilka miesięcy temu lewicowo-radykalny dziennik „Reynold Newspaper". Cena nabywcza wynosiła 150.000 funtów szterlingów.

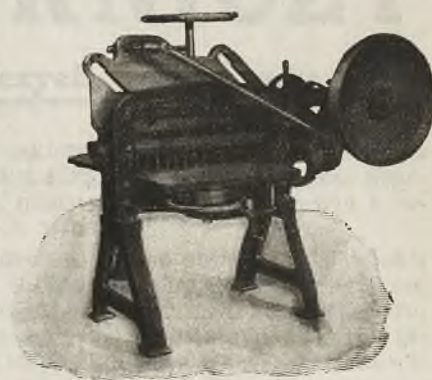
Znak fabryczny



»EXCELSIOR«



„EXCELSIOR"
tyglówka
ze skombinowanym talerzowym i stołowym rozcieraczem farby, opatentowane nastawienie tłoku, zapęd nożny albo motorowy.
Wielkość I 18 × 25 cm
Wielkość II 24 × 33 cm
Wielkość IV 35 × 48 cm



„EXCELSIOR"
maszyna do krajania papieru
dla zapędu ręcznego albo motorowego
Długość 72 cm.
Wymiary.
stół z siodełkiem pospiesznem
nóż do wąskiego krajania papieru
w formie grabi,
boczny tylnym stole.

fabryka maszyn

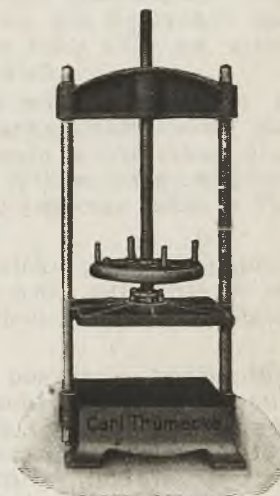
Carl Thümecke

GDAŃSK

Weidengasse 35/38



„EXCELSIOR"
prasy introligatorskie
Wielkość I 30 × 40 cm
Wielkość II 40 × 50 cm



„EXCELSIOR"
prasa introligatorska
z kołem naciskowem
Wielkość płyty naciskowej
50 × 65 cm



„EXCELSIOR"
Nożyce do tektury, ciężka budowa
Wielkość I długość 106 cm
Wielkość II długość 120 cm



„EXCELSIOR"
kocioł stereotypowy
do ogrzewania węglami powierzchnia odlewnicza 39 × 54 cm



„EXCELSIOR"
kompletne urządzenie dla obróbki

PRZEGLĄD PAPIERNICZY

Organ Stowarzyszenia Polskich Kupców Papierniczych w Poznaniu

Najstarsze papiernie polskie i pierwsi papiernicy.

Nie każdemu wiadomo, że papiernictwo jest bodaj jednym z najstarszych przemysłów w Polsce.

Idea samowystarczalności gospodarczej, dziś tak propagowana, miała zwolenników już w drugiej połowie wieku XV, kiedy to w Polsce zapotrzebowanie papieru było bardzo wielkie. Drukarze, księgarze i nakładcy polscy, nie chcąc być zależnymi od dostawców zagranicznych, czynili starania, aby utworzyć własne papiernie.

Przemysł drukarski i wydawniczy w Polsce pociągnął za sobą powstanie dość potężnego, jak na ówczesne czasy przemysłu papierniczego.

W Polsce najstarsze historyczne dowody używania papieru poza wszechwładnym dotąd pergaminem pochodzą z r. 1325 (rachunki świętopietrza, potem księgi miejskie krakowskie). Był to jednak początkowo bezwątpienia papier sprowadzany z Włoch i Francji.

Od roku 1473 powstają w Krakowie pierwsze drukarnie i to daje impuls do produkcji papieru na miejscu. Promotorami tego przemysłu byli przybysze z południowo-zachodnich Niemiec, potem ze Śląska i Holandji.

Pierwsza papiernia polska powstała w r. 1493 w Prądniku pod Krakowem na gruntach klasztoru św. Ducha, założona przez Alzatczyka, Fryderyka Szylinga. Po jego śmierci w roku 1508, papiernię w Prądniku kupuje wielki twórca przemysłu drukarskiego w Polsce, Jan Haller.

Następnie powstaje około połowy XVI wieku papiernia w Żabim Młynie i w Balicach nad rzeką Rudawą. Właścicielami ich jest rodzina Szarfenbergów, księgarzy i nakładców krakowskich. Z nadzwyczajną na owe czasy szybkością przemysł ten przyjmuje się i rozszerza. Powstają papiernie w Mogile u Cystersów, w Krzeszowicach, gdzie w latach 1573—1588 na stanowisku papiernika spotykamy się po raz pierwszy z polskiem nazwiskiem. Był nim wówczas Wawrzyniec Linczewski, a następcą jego został brat, Marcin Linczewski. Następnie powstają papiernie w Tenczynku, Młodziejowicach, Wilczkowicach, Grendzienicach, Czajowicach, gdzie znów spotykamy się z polskiem nazwiskiem papiernika Jana Mazurka w roku 1581. Potem w Bonarce, Starczynowie (papiernia miasta Olkusza), Rakowie i innych podkrakowskich wioskach.

W okręgu krakowskim już w połowie XVI wieku pracuje najmniej 11 młynów papierniczych. Kraków na parę wieków pozostaje ośrodkiem tego przemysłu. Tu wykształcona czeladź wędruje dalej i daje inicjatywę do budowy dalszych zakładów w Brzuchowicach i Zaszkowie pod Lwowem, w Lublinie (w roku 1538). Zakłada się papiernie w Krośnie, następnie w roku 1570 w Przemyślu. Produkcję ogólną 35-ciu niewątpliwie stwierdzonych krajowych papierni oblicza prof. Ptaśnik na okrągło 200 000 ryz rocznie. O ile w początku XVI wieku są dowody, że importowano do nas papier z Nissy na Śląsku, o tyle ku końcowi wieku nie tylko wystarczaliśmy na własne potrzeby, ale eksportowaliśmy, głównie na Węgry.

Warszawa otrzymała papiernię w roku 1534. Założycielem jej był ks. kanonik Stanisław Szymborski. Pobudowano ją na gruntach królewskich. Mazowsze miało swą papiernię we wsi Kęszycach pod Łowiczem; założona została w roku 1573 na gruntach arcybiskupów gnieźnieńskich.

Starszą była papiernia wileńska. Założono ją w roku 1522 na terenach folwarku Charytenowa. Założenie swe zawdzięcza powstaniu w tym czasie drukarni słowiańskiej Skoryny w Wilnie, założonej przez dr. Franciszka Skorynę, przebywającego także w Poznaniu.

W drugiej połowie XVI wieku powstaje papiernia w Nieświeżu, a następne dwie papiernie w Inflantach polskich za przywilejem królewskim Stefana Batorego.

Osobny rozdział należy poświęcić papierniom w okolicach P o z n a n i a. Zachęcony przez kanonika poznańskiego ks. Andrzeja Grodzickiego, osiada się tu w r. 1531 papiernia Tomasza Stempfer z Wrocławia. Swój warsztat papierniczy buduje we wsi Zawady, która jest własnością kapituły. Drugą papiernię buduje on na terenach parafji św. Wojciecha, następnie trzecią przez przeróbkę młyna „Piła" pod Poznaniem i czwartą we wsi Kicino, własność prepozytury poznańskiej. Stempfer w ciągu 16 lat za-

łożył w okolicach Poznania 4 papiernie, z których dwie później zlikwidowano.

Papiernie w liczbie 2-ch pozostałe po śmierci Stempfera, obejmuje papiernik Michał Eldsner, a po jego śmierci syn jego, Jan, który sprzedaje w roku 1595 papiernię Czerwonak.

Także we wsi Główna, należącej do biskupów poznańskich, powstaje papiernia, odbudowana następnie po raz drugi po powodzi przez biskupa Łukasza Kościeleckiego, który w roku 1593 oddaje ją w dzierżawę papiernikowi Zacharjaszowi Mayerowi.

Pozatem istniały papiernie w Poznaniu nad Wartą w miejscu zwanem Spustna Gać około roku 1565 i papiernia za Wronkowską bramą. W Poznańskiem istniała także papiernia we wsi Miałła (lub Chełst, należącej do możnej rodziny Górków.

Z polskich papierników w Poznaniu należy zanotować nazwiska Jana Figury, pracującego u Eldsnera w Kartownicy.

Na Pomorzu najstarsza papiernia powstała pod Toruniem we wsi Pruska Łąka, założona w pierwszej połowie XVI wieku na gruntach Benedyktynek. Pierwszym jej dzierżawcą był Polak, Maciej Elzanowski, do roku 1551, później przeszła w inne ręce.

W Gdańsku — rzecz dziwna — papiernie powstają dość późno, bo dopiero w roku 1570 spotyka się notatki o gdańskiej papierni miejskiej. Następnie powstaje papiernia na Starem Mieście i młyn papierniczy w Bielkach na rzece Raduni w roku 1618.

W wieku XVI na ziemiach polskich było 35 papierni. Z pewnością było ich więcej, szczególnie w okolicach miast, które były centrami ruchu wydawniczego, gdyż po dziś dzień z 50 wsi w Polsce nosi nazwę Papierni, Papiernika lub Papiernego Borku i prawdopodobnie wszystkie one posiadały już w wieku XV młyny papiernicze.

Te młyny papiernicze były często przerabiane z młynów mącznych. Młyny papiernicze były jedno, dwu, trzy i czterokołowe. Produkcja papieru odbywała się sposobem prymitywnym i oczywiście powoli w tych „młynach papierniczych". Jedynie papiernia w Lublinie zasługiwała na miano fabryki. Opis jej z roku 1565 mówi, że składała się z wielkiego budynku murowanego z izbami dużemi i średniemi na parterze i piętrach, następnie z drugiego budynku z warzelurą, klejarnią, płóczkarnią, z murowanym sklepem, a potem szły inne budynki, mieszczące urządzenia do fabrykacji papieru.

Papiernicy, zwyczajem tych czasów, tworzyli w Polsce zorganizowany cech. Statut cechu został w r. 1546 zatwierdzony przez króla Zygmunta. Przechował on się w oryginale w metrykach koronnych.

Podczas kiedy w XVI wieku „młyny papiernicze" zatrudniały po 2—5 czeladników przy 1 majstrze, to dziś w wieku XX każda z większych fabryk papierniczych zatrudnia około 1500 robotników i może produkować 100 do 150 wagonów papieru miesięcznie, a jedna z fabryk celulozy produkuje około 350 wagonów miesięcznie, to też wywozimy celulozę do Francji, Anglji i Ameryki Południowej.

Polski przemysł papierniczy ma przed sobą ogromną przyszłość. *M. M.*

Wskutek czego zanika gładzona powierzchnia papieru?

Zdarza się bardzo często, że gładzone papiery, posiadające zrazu doskonały połysk i gładką powierzchnię, stawają się szorstkie i matowe? To zagadnienie sprawia wielu fachowcom niemało kłopotu. Papier, gazetowy zwłaszcza, gdy wychodzi gotowy z pod maszyny papierniczej, jest beznagannie gładki, gdy atoli bierze się zeń próbki i odłoży na ubocze, wówczas, po upływie pewnego czasu, gładzona powierzchnia zanika, natomiast staje się szorstka. Na czem to polega?

To pytanie ukazało się niedawno temu na łamach zagranicznych czasopism fachowych, na które dwóch rzeczoznawców, kierownik fabryki papieru oraz pewien kierownik zakładu papierniczego odpowiedzieli co następuje:

Kierownik fabryki papieru: Przysłany wzór przedstawia bardzo pięknie gładzony gazetowy papier drukarski, to znaczy, że papier ten przy zostosowaniu silnego nacisku i stosownej temperaturze został tak wykończony, że włókna na powierzchni się znajdujące zostały w papier wtłoczone.

Jeżeli papier spoczywa na powietrzu, którego zawartość wilgoci stale ulega zmianie, wówczas włókna papiernicze po kolei absorbują wilgoć z powietrza, to znów, w razie upału, takową wydzielają z powrotem. Z zwiększaniem absorbacji wilgoci z powietrza jakoteż zwrotnego wydzielania tejże połączone jest zjawisko pęcznienia, co znów włókna papiernicze powoduje do wyswobodzenia się z nadanego przez gładzarkę papieru położenia przymusowego, w mniejszej lub większej mierze. Włókna wskutek wilgoci powietrza „pęcznieją", czyli wyrastają z taśmy papierowej, względnie arkusza, przezco odnosi się wrażenie, że gładzenie powierzchni papieru przestało już być w tej mierze dosłonałe, jakiem było wówczas, gdy krótko przed tem opuściło maszynę papierniczą.

To szorstkowanie się papieru i utrata połysku papieru, jest niczem więcej, jak zjawiskiem, że w wilgotnem powietrzu połysk z różnych materjałów zanika.

Kierownik zakładu papierniczego twierdzi co następuje: Tak zwane „szorstkowanie" papierów satynowanych, a więc zatracanie gładkości powierzchni, jest w wielu fabrykach papieru zdawien dawna odczuwanem, niemiłem zjawiskiem, mianowicie przy używaniu tegoż papieru w druku rotacyjnym, również przy drukowaniu gazet, mianowicie że wskutek szorstkości papieru o wiele prędzej zużywają się płyty drukarskie.

Jeżeli papier z pod maszyny papierniczej przychodząc jest beznagannie gładzony, wówczas ujemne zjawisko pęcznienia papieru polega albo na użyciu doń niekorzystnych materjałów, lub też wskutek swej zawartości wilgoci, albo wreszcie wskutek błędnej przeróbki masy papierowej.

Świeże, nieklejone papiery, które nieokryte spoczywają i wystawione są na oddziaływanie powietrza, skłaniają się z powodu ich właściwości hygroskopijnej o wiele chętniej ku przemianie powierzchni papieru, aniżeli papiery odleżałe i pod względem przewilgotnienia bardziej wyrównane papiery pisemne, mianowicie jeżeli dopiero po upływie tygodni całych zostały kalandrowane, wskutek czego gładzenie ich jest wytrzymałe, długotrwałe. Na maszynie zbyt sucho wykończone papiery raczej tracą na połysku, aniżeli przez wystarczające nawilżanie w giętkości zachowane materjały, które wobec wilgoci powietrza są znacznie odporniejsze, czyli takowej już tak łatwo nie mają potrzeby absorbować.

Jeżeli papiery zostaną absolutnie osuszone, a więc zagrzewane, wówczas zanika gładkość po-

wierzchni papieru wskutek kurczenia się włókien papierowych, na powierzchni, chociaż powolniej, jak włókna podczas wzmagającego się zawilgotnienia, gdy zaczynają pęcznieć.

Przedniejsze gatunki papieru bywają, ażeby osiągnąć ich wyższy stopień gładzenia, częściej satynowane. Ten sposób, unikający zbyt spiesznego, raptownego gładzenia, jest dla gazetowych papierów drukarskich pewnie za kosztownym, atoli pomimo to zaznaczenia godnym jest przebieg na maszynie wyrabiającej papiery drukarskie: kilka mniejszych walcy niewielkiej objętości, bieżących przy wielkim tłoku, pracują zbyt szybko, gdy znów o wiele większe walce o mniejszym tłoku powolniej, lecz zato długotrwały wpływ wywierać są w stanie.

Z historji reklamy.

Gdy się z uwagą bada historję kultury narodów po wszelkie okresy czasu, wówczas łatwo przychodzi się do przekonania, że od ludów pierwotnych począwszy aż do społeczeństw stojących na wysokim stopniu kultury stosowano propagandę ze szczególną pieczołowitością. Już w czasach zamierzchłych ludzkość ówczesna ściśle rozróżniać była w stanie pomiędzy zareklamowaniem osobistości, a reklamą towarową. Stare kultury chińskie były wzorowym przykładem umiejętnego wykorzystania zwyczajów gminnych jako podstaw rozwoju artystycznie do doskonałości wzbijającej się reklamy. Coprawda stosowane ku temu środki były nader rozmaite i w toku niniejszej rozprawy z historji reklamy napotykamy formy propagandy nad któremi nieraz głową pokiwamy. Ogólnie rzecz biorąc możemy jednakże twierdzić, że nie było na ziemi naszej bodaj jakiegokolwiek szczegółu, któregoby kiedykolwiek nie zużyto do wytworzenia i rozwoju jakiejkolwiek reklamy. Ciało ludzkie, zwierzę, świat mineralny, farba ton, śmiech, ból, przerażenie, radość zaskoczenie tajemnicze i grzeszne: wszystkie te czynniki raz kiedyś w czasach zamierzchłych wykorzystywane bywały również namiętnie jak za naszych czasów w urzytecznym kierunku wytwarzania celowej propagandy.

Sztuka stosowania reklamy w jej doskonaleniu jest dla tego tak dawną, ponieważ człowiek i życie ludzkie skazane są na stosowanie reklamy w swej istocie tak dalece, że z chwilą obecności dwojga ludzi na tej ziemi naszej, wykazała się konieczność zachwalania siebie.

Koniec końców przecież odzież, ozdoba włosów, schludność także w swych najpierwotniejszych kształtach nie służyły niczemu innemu, jak zareklamowaniu zalet tej lub owej osobistości. Widzimy już w najpierwotniejszych zaczątkach kultury ludzkiej wyraźnie zapoczątkowanie propagandy personalnej. Gdy następnie poszczególne warstwy społeczeństwa ludzkiego później nawiązywały pomiędzy sobą stosunki w celu wymiany towarów, wówczas wytworzono dalszą formę reklamy, mianowicie polecenie towarów wprost. Ta ostatnia forma jest przecież i dzisiaj w powszechnem użyciu; nasz kulturalny rozwój wymaga tego z koniecznością. Gdy rozczytujemy się dzisiaj w szpargałach starodawnych Hindusów, Persów, Egipcjan, Turków, Irlandczyków i plemion skandynawskich, to od samego początku nasamprzód zawsze spostrzegamy notatki, że ten lub ów kupiec starodawny najlepsze towary sprzedaje, a dopiero o wiele później spotykamy notatki, że ten i ów towar nabyć można najkorzystniej u tego lub owego kupca. Ta przemiana reklamy dawniejszych czasów z osoby sprzedającego na sam towar posiada w historji rozwoju poszczególnych narodów o wiele większe znaczenie, aniżeli tego domyśleć by się można.

Bo wszędzie spotykać można te zjawiska przemiany wtenczas, gdy handel i proceder, gdy przemysł i obrót pieniężny jakiegokolwiek narodu kulturalnego tak dalekosiężnie się rozwinęły, że można już mówić o pewnego rodzaju podziale pracy w górnem tego słowa znaczeniu. Tak więc historja reklamy ściśle i nierozwiązalnie połączoną jest z historją rozwoju narodów, a jeżeli dotychczas w szkołach tak mało wykłada się w dziedzinie historji praktycznej i stąd nie zwracano uwagi, nawet nie wspominano wcale o olbrzymim wpływie na kształtowanie się różnych narodowości na ziemi naszej, to dzieje się to tylko wyłącznie wskutek uderzającej jednostronności naszych nowoczesnych systemów nauczania.

Najstarsza forma reklamy została w zupełności zachowana, przecież odkryta została w owem zachwaleniu zalet króla Takaito, którą w piśmie obrazkowem napotkano na terytorjum Utah w Ameryce północnej. Rozchodzi się w tym przypadku o zupełnie jasny i wyraźny zamiar stosowania propagandy, gdyż autor tejże rywalizującego do tronu przeciwnika królewskiego dosadnio zniesławia i gani i wszystkim plemieńcom, wszem, wobec i każdemu z osobna gorąco zaleca, ażeby jedynie słuchali rozkazów króla Takaito. W orędziu tem widzimy też równocześnie pierwszy, znany środek agitacji politycznej, opartej na zareklamowaniu osobistości. Niedługo potem, około 4000 lat przed narodzeniem Chrystusa, powstał też ów opis podróży, który pradawnym tubylcom Meksyku zalecał, ażeby w celu leczenia się ze swych kalectw i ułomności i w celu poratowania zdrowia udawali się do gorących źródeł w Kalifornji; zalecenie tych naturalnych uzdrowisk stanowi pierwszą znaną propagandę podróżniczą i kąpielową. Manuskrypt Botturiniego, który nam tę reklamę podróżnictwa przekazał, zwraca przy tem szczególną uwagę na to, że opowieść ta (w pismach runicznem i obrazkowem napisana) zaopatrzoną była w gruby, czerwony brzeg, a więc już wtenczas starano się o to, ażeby zwracała na siebie uwagę, uderzała, zniewalała do przeczytania. Nadmienić też wypada, że w trzeciem tysiącleciu przed Chrystusem północno-amerykańscy Indjanie już się posługiwali pewnego rodzaju gazetą handlową, którą stanowiły pasy „Wampur"; węzły tych pasów zawierały bowiem często informacje o towarach, które sprzedać lub nabyć zamierzano. Również chileńskie kwiposy, pismo węzłowe, którego jeszcze po dzień dzisiejszy handlarze bydła w Chile używają, są pierwotnymi środkami stosowania propagandy, a zaopatrywano je często w kolorowe wstęgi i esencje wonne, jeżeli polecano zakup towarów przeznaczonych do użytku dla kobiet.

Pierwsze tysiąclecia przed narodzeniem Chrystusa zaznaczyły się pod względem stosowania sztuki reklamy w sposób o wiele więcej jeszcze interesujący i to na Dalekim Wschodzie wśród Chińczyków. Tam znano już podówczas papier, pismo w znakach, czytywano uwiadomienia na pergaminie nakreślone, wogóle Chińczycy znajdowali się na wyżynie kultury, która uprawniała stosowanie wyrażenia: ruch i handel. Książęta pierwszej i drugiej dynastji Maudżu zatrudniali kilka tysięcy pisarków, którym polecono reklamować nietylko zalety osobiste książąt, lecz

przedewszystkiem mieli też polecać towary znajdujące się w posiadłościach cesarskich. Oryginalnem jest też poparcie cesarskiej propagandy towarowej przez władze krajowe: Lau-fu-ze opowiada w swej historji kultury, że w Kantonie zawieszono na murach miasta głowę straconego kupca Tsao-ka-lin, ponieważ się wobec „wszystko druzgocącej konkurencji wyrobów cesarskich nie mógł utrzymać". Temi słowy niezawodnie chciano powiedzieć, że ów kupiec z powodu konkurencji, którą dlań sprawiały towary cesarskie, zgłosił upadłość majątkową, a wierzyciele jego kazali go stracić, co było w Chinach w zwyczaju.

Lau-fu-ze opowiada dalej, że obok najróżniejszych farb kolorowych do pisania stosowano częstokrotnie również ilustrację dla celów propagandy. Z tego zestawienia, pisma i ilustracji, wyłonił się plakat, który w rzeczy samej pojawił się w postępowych kulturalnie Chinach drugiego stulecia przed Chrystusem, a naklejany bywał plakat ów na specjalnie w tym celu zbudowanych pawilonach, na których przylepiano różnorodne zarządzenia władz, polecenia towarów i nęcące do kupna oferty; pawilony te w rzeczy samej były pradziadami naszych obecnie starzejących się litfasów.

Kupcy egipskiej dodekarchji znali się już na sugestywnem oddziaływaniu zawodowej reklamy masowej. Cesarz Psammetych ze Sais kazał w 660 roku przed Chrystusem urządzić kolosalną zabawę dla osób trudniących się handlem, na którą według podań starodawnych cztery tysiące „pisiarków polecających" (czytaj nowocześnie: propagatorów) pisało lub malowało na olbrzymich pergaminach zalety towarów wszystkich ówczesnych handlowców, którzy zgłosili udział w tej zabawie handlowej; pergaminy te następnie w olbrzymim pochodzie noszone były na czele, a później na specjalnie w tym celu urządzonej wystawie były dostępne na widok tłumnych rzesz zgromadzonej ludności. Wogóle w starożytnym Egipcie z zapałem stosowano reklamę: używano już wtenczas podkładek z historji rodzimej narodów, które w ilustracjach przedstawiano i starano się wabić konsumentów do zakupu ściśle określonego towaru, który w danej stronie kraju był wyrabiany. Koła rządowe już wówczas zwalczały za pomocą plakatów i ilustracyj sprowadzanie towarów zagranicznych, które wówczas w o wiele większej mierze z zagranicy przemycano, aniżeli to w naszych czasach się dzieje. Jeżeli w Ameryce od niedawna władze krajowe za pomocą ilustracyj i plakatów odstraszających starają się wpływać na zmianę umysłowości, wyrastającej na przestępców i zbrodniarzy młodzieży, ażeby ich od niecnych czynów powstrzymać, to niechaj nikt sobie o tem bynajmniej nie pomyśli, że ta antykryminalna propaganda stanowi coś zupełnie nowego. „Nic nowego pod słońcem!" mówił ongiś znany mędrzec żydowski ben Akiba, którego żydzi ben Akabi nazywają. Już król perski Kambizes, który w roku 525 opanował Egipt i włączył go pod suwerenność perską, przestrzegał nacjonalistów egipskich za pomocą olbrzymich plakatów i ilustracyj stosownych, ażeby się nie poważyli tworzyć związków w celach buntowniczych i żeby nie wywoływali wrogich wobec państwa zamachów. Regularnie atoli z wystawieniem tych plakatów ostrzegawczych dołączał doń po kilka obciętych rąk i nóg do tej, w rzeczy samej groźnej swej reklamy, w czem nowojorska policja w swej przeciwprzestępczej propagandzie w żaden sposób nie jest w stanie go naśladować...

Scytyjscy handlarze odzieżą rozpowszechniali w piątem stuleciu przed Chrystusem w Medji w miljonach egzemplarzy ryciny „najmodniejszej odzieży, którą noszą dostojni obywatele". Ceny za tę odzież skromniusio wypisywali na odwrotnej srtonie wspomnianych rycin, a także opusty rabatowe znano już na owe czasy. Teorja wabienia publiczności do zakupu dalszy postęp poczyniła. A także dodatki podarkowe do kupywanych artykułów już przed narodzeniem Chrystusa ochoczo były w użyciu, conajmniej propagandyści towarów tą ponętą wabili często ówczesną publiczność, by spotęgować w nich zamiar nabywczy. W Tyrusie otrzymywano w 290 roku po Chrystusie przy zakupie całkowitego kostjumu parę sandałów, w Tebes w pośród Izraelitów dodawano do zakupionego wołu krowę lub cielę, wogóle zdaje się dodatki te były tego rodzaju, że często wywoływały spory rozstrzygane przez ówczesne sądownictwo, jak o tem stare pergaminy wzmiankują. Jeszcze o wiele więcej zainteresuje skwapliwego czytelnika tej rozprawy o stosowanej ongiś reklamie, że już przed narodzeniem Chrystusa reklama świetlna była znaną i stosowaną w użyciu do celów praktycznych. Za czasów króla Salomona panował w Judei zwyczaj, że za pomocą znaków świetlnych obwieszczano wszem i wobec, że składnice były zaopatrzone w nowy towar i że sprzedaż tychże się rozpoczyna. Wymachiwanie, turnowanie i rzucanie pochodniami wabiło gromady nabywców przed magazyn kupca hurtownika, który następnie rozkładał swe towary i kazał je zalecać przez nawoływaczy do zakupu. Okien wystawowych i kramów w naszem tego słowa pojęciu podówczas jeszcze nie znano.

Również Rzymianie a przed nimi już Grecy używali sygnałów świetlnych w ruchu handlowym. Ognie paliły się na wolnem powietrzu w miastach greckich przed magazynami żywnościowymi i składnicami odzieży, a magazyny te malowano jaskrawymi farbami, mianowicie jeżeli obwieszczano ważne wydarzenia handlowe. W starożytnym Rzymie przebiegali ulicami gońcy handlowi z palącą się pochodnią w ręku i wywoływali głośno, wrzaskliwie nawet nazwisko właściciela danej firmy handlowej, lub też w zupełnie nowoczesny sposób na białych togach wypisane mieli to nazwisko. Również tworzenie liter za pomocą świec względnie pochodni w celach reklamowych znano już w starożytnym Rzymie. O oświetlaniu rzymskich domów towarowych wspominają niemal wszyscy starodawni rzymscy pisarze historji handlu.

Także socjalne różnice w życiu ludu rzymskiego przed narodzeniem Chrystusa były przestrzegane z uszanowaniem przez rodzaj reklamy. Takie bywały magazyny, w których tylko patrycjuszom i takie, w których tylko plebjusze przebywali i czynili zakupy. Różnolite wystawy towarowe, w swej wszechstronności z jednej, a dumnej wskazówce tylko z drugiej strony, były wprost poprzedniczkami naszej współczesnej wielkomiejskiej względnie małomiejskiej reklamy. Gdy decemwirat opublikował na Forum Romanum „Rzymskie prawo", wówczas pomiędzy innemi znajdowały się w niem przepisy o prawach własności i sądownictwa handlowego, dotyczące niewłaściwej konkurencji, etycznej i nieetycznej reklamy, obwieszczania wiadomości handlowych na placach publicznych, seryjnych obwieszczeń wiado-

mości prywatnych, rozdzielania kartek i tym podobnych przepisów więcej, co wszystko nasuwa myśl, że zjawiska handlowe czasów starodawnych częstokrotnie do naszych nowoczesnych zwyczaji handlowych i reklamowych były podobne.

Tyberjusz, Hadrian i August, wszyscy ci możnowładcy starożytnego Rzymu byli mężami, którzy czule dbali o olbrzymią i skuteczną reklamę swych zarządzeń i czynów, atoli równocześnie byli propagatorami swych towarów, ponieważ cezarowie rzymscy zdawiendawna czule dbali o to, ażeby niezależnie od swych dochodów państwowych również jako prywatni obywatele posiadali własne, olbrzymie przedsiębiorstwa. To też z konieczności wszyscy wybitni fachowcy ówcześni w dziedzinie stosowanej reklamy byli przyjaciółmi, daradcami, powiernikami możnych cezarów rzymskich. Murcellus, epidus. Marcus Antona, Lassius, wszyscy ci, to nazwiska pierwszorzędne w pośród publicystów rzymskich, którzy zawsze rekrutowali się z dostojnej warstwy ludności rzymskiej. Ich dzieła napawały później podziwem i wprawiały w zachwyt ludzi tej miary, jak Cycero i Tacyt. Starożytny Rzym, to wieczne miasto, jeszcze w późniejszych od naszych czasach odsłoni nam niejeden gigantyczny pomysł w dziedzinie stosowanej reklamy, jeżeli tylko badacze naukowi na obserwację tej dziedziny podczas swych prac historycznych więcej uwagi zechcą zwrócić.

Najwyrazistszym ze wszystkich cezarów rzymskich propagandzistą był naturalnie Neron. Za jego panowania proceder reklamowy, sztuka stosowania reklamy, rozkwitła w niebywały sposób i w najlepszem tego słowa znaczeniu. Z wychwalaniem, gloryfikacją srogiego cezara rozwój ten naturalnię się zapoczątkował, a niebawem potem stało się zwyczajem, że każdy, który miał coś do zareklamowania, czynił to też w odpowiedni do swego stanu sposób. Niestety doskonałe pomysły były już podówczas tak rzadkimi jak i za naszych czasów, to też najdoskonalszych propagandzistów owych czasów po książęcemu opłacano. Neron pewnego razu popadłszy w usposobienie histeryczne zwierzał się swym powiernikom, że polecanie swych „boskich“ utworów poetycznych kosztuje go niemal tyle, co jego masztalarnia, w której znajdowało się 4.000 rasowych koni .

* * *

Daleki Wschód i krainy orjentalne zatracały od 11 i 12 stulecia powoli ale stale wpływ na kulturalny rozwój młodych narodów, do których zaliczać musimy jeszcze na owe czasy najbardziej rozwnięte współcześnie narody europejskie. Tak widzimy przeto, że sztuka reklamowa owych czasów w krainach zachodnich opierała się chętnie na wzorach minionych epok i wschodnich narodów kulturalnych. Reklama tych ludów atoli była nader ruchliwa i wyposażona we wszystkie środki techniczne owej epoki.

Rozchodziło się wówczas o to, ażeby znaleźć sposób stosowny, któryby był w stanie pośredniczyć pomiędzy bądź co bądź chłodniejszem zapatrywaniem narodów zachodnich, a wschodnioazjatyckich i wschodnioeuropejskich ludów. Mieszkańcom krain zachodnich rozchodziło się w 12, 13 i 14 stuleciu przedewszystkiem o to, ażeby zdobyć dla siebie wielkie pola zbytu i tanie miejsca zakupu. To było jednakże trudnem i mozolnem zadaniem, do którego urzeczywistnienia nieledwie było można używać szybko przemijającej sztuki reklamowej antycznych okresów czasu.

Tak więc reklama zachodnich krain europejskich szukała powodzenia nie tyle w środkach propagandowych, lecz w zachwalaniu wyrobów przez towar sam. Rozpoczyna się, przedewszystkiem w republikach włoskich, w Hiszpanji i Francji w 15 stuleciu okres pisemnej i bezpośredniej reklamy, stosowanej przez poważnych kupców hurtowników, w stylistycznie nader artystycznie ozdobionych pergaminach, które rozchodziły się po wszystkich podówczas znanych krainach kuli ziemskiej.

Z chwilą, gdy założono brytyjsko-wschodnioindyjskie stowarzyszenie handlowe, zaczęto w Anglji, a w kilkadziesiąt lat później również w Hiszpanji i Francji wydawać pisma propagandowe, które przyjmowały format wzorowych, jednakże jeszcze sposobem rękopiśmiennym powielanych arkuszy reklamowych. Temsamem rozpoczęła się w Europie era pisemnej, powielanej reklamy handlowej. Tego rodzaju propagandą posługiwali się także królowie, książęta i duchowni dygnitarze, którzy w sposób najkorzystniejszy chcieli się wyzbyć swych wyrobów i w tym celu przesadzali się wzajemnie w nader ozdobnych i stylistycznie wielce treściwych pergaminach.

W 16 stuleciu powstała jeszcze inna forma propagandy, zupełnie nowo wytworzona, która też żywemu usposobieniu handlowców włoskich zupełnie i całkowicie była odpowiednią. Scena Paola Cerwi, jedna z pierwszych scen mistycznych we Włoszech, nie wahała się wcale, by swą kasę zapełnić, przerywać od razu do razu pokaz świątobliwych wydarzeń by w to miejsce wystawić sceny kupna i sprzedaży,

zachodzących w słynnych i olbrzymich magazynach miejscowości, w których aktorzy tej trupy teatralnej właśnie się znajdowali. Ta pierwsza forma reklamy teatralnej coprawda nie była przez ówczesne europejskie mistczne i późniejsze naturalistyczne sceny upowszechnioną, natomiast zrobiło to inne przedsiębiorstwo natury artystycznej, które ówczesnej reklamie handlowej otworzyło swe wrota na rozcież.

Jeżeli w naszych czasach błazen na arenie naszych nowoczesnych przedsiębiorstw cyrkowych żarty swe przeplata zachwalaniem towarów i domów towarowych, to jest to nic innego, tylko starodawnym pomysłem stosowanej reklamy, którym posługiwał się już jego średnowieczny towarzysz po fachu w 16 i 17 stuleciu. W owe czasy już cyrk wędrował z jednego do drugiego kraju i stąd jako pośrednik w reklamowaniu przedsiębiorstw handlowych o międzynarodowej sławie i znaczeniu był więcej jak predystynowany. Nietylko polityczną i kulturalną propagandę — rozwijali ówcześni, często fanatyczni wprost artyści i kuglarze cyrkowi. Mieszkaniec zachodniej Europy słyszał o dobroci wyrobów tych lub owych dalekich krain, a odwrotnie ludność orjentalna, azjatycka, Arabowie i Egipcjanie, dowiadywali się, gdzie mogą swą produkcję sprzedać, lub zamienić na inne wartościowe towary zachodnioeuropejskiego pochodzenia. Interesujące wielce dokumenty pochodzą z epoki rozwoju Ameryki, gdy produkcję owych stron starano się w celu nabywania zalecać środkami popularnemi i uprzystępnić szerokim rzeszom ludowym pojęcie o niej. I w tym kierunku odgrywała scena, cyrk, harlekin, błazen, bojazzo poważną, często nawet decydującą rolę.

Wszystkie uprzednio wymienione środki propagandy i reklamy musiały naturalnie natychmiast stoczyć się na stopień drugorzędny, gdy w 18 stuleciu pojawiła się gazeta. Zrazu pisemko polityczne, orędownik wydarzeń zaszłych, częstokrotnie już ponader krótkim czasie była gazeta przez kupców i handlowców o szerokim horyzoncie widzenia, uznany jako ów organ, za pomocą którego można wywierać wpływ na każdego poszczególnego obywatela w sposób intensywny, a nie, jak się to do tego czasu działo, pobieżnie i z mniejszym stąd skutkiem na szeroką rzeszę ludności. Jak nadzwyczajne znaczenie takie uznanie posiadało na rozwój reklamy, to ujawnia najdobitniej fakt, że w pośród europejskich narodowości kulturalnych w okresie od 1700 do 1820 roku nie mniej tylko 6000 różnych gazet założono, z których w Europie po dzień dzisiejszy wychodzą jeszcze 184 codziennie, względnie tygodniowo. Więcej aniżeli 2000 tych wydawnictw gazetowych wychodziły przez przeszło 75 lat. W Niemczech już w roku 1750, wychodziły 132 organy publikacyjne, które regularnie podawały sprawozdania handlowe, notatki bankowe i giełdowe, również wskazówki o wyrobach i towarach poszczególnych kupców. W 30 lat później ukazała się rycina i rysunek jako dalszy środek techniczno-gazeciarskiej sztuki propagandy.

Wówczas możliwość rozwijania szeroko rozgałęzionej reklamy przeszła także w ręce mniej zamożne stany i kupców drobnych. Uważnym czytelnikom jest niewątpliwie zrozumiałe, że w szybkiem tempie rozwoju sztuki drukarskiej i techniki reprodukcji gazet nastał okres reklamy za pomocą plakatów publicznych, rozdawania kartek drukowanych, ulotek i dodatków ilustrowanych. Ten rozwój sztuki reklamy stosowanej 18 stulecia jest nieprzerwany,

głęboki i kulturalnie wpływowy. Wystarczy, gdy powiemy, że reklama i jej rozwój od połowy ośmnastoletniego stulecia sprawił, że wzbudził się intelekt, zmysł orjentacyjny i duchowa ruchliwość poszczególnego osobnika. Z tych wskazówek rozpoznajemy, że nie w najmniejszej mierze sztuka reklamy stanowi podstawę światopoglądu człowieka europejskiego od dwustu lat. Żadne publiczne dzieło kulturalne nie wywiera takiego wpływu na usposobienie rzeszy ludności, jak właśnie reklama. Od 200 lat możemy stwierdzić, jak usilnie reklama, nietylko, że towarzyszyła wydarzeniom zachodzącym, lecz co więcej, była ich wznowicielem, ich żywicielem. Przejrzyjmy tylko czasopisma, półtygodniki i dzienniki tego okresu! W literaturze niemieckiej tego okresu spotykamy się ze stylem pewnym siebie, który wyłonił się przez trzy zwycięskie wojny. W literaturze francuskiej spotykamy w okresie rzeczonym nerwowy, krzykliwy odcień propagandy, dalej napotykamy chłodną, rozważną, a nawet wstrzymującą i ganiącą reklamę brytyjską, dalej napotykamy z tych lat wielkorzutną, tłustem pismem drukowaną, w drwiąco satyrystyczne ryciny zaopatrzoną reklamę błyskotliwą pochodzenia amerykańskiego. Widzimy Włochów, Hiszpan, Skandynawczyków i narody bałkańskie, jak wszyscy naśladująco się trudzą, by nadać swej propagandzie towarowej własną, narodową, kulturalną cechę. W 25 lat potem zaczynał się przewrót. Reklama Francuzów stawała się pewniejszą siebie, nie zachwalała się hałaśliwie, wymaga natomiast uwzględnienia. Brytyjczyk staje się agresywnym i groźnym wobec konkurenta, Włoch natomiast szuka oparcia o zachodnio europejskie kultury reklamowe i opuszcza dawniej ściślejsze węzły duchowe ze swymi byłemi sprzymierzeńcami: Austrją i Niemcami. Niemiec znajduje się po przegranej z kretesem wojnie światowej w nader trudnem położeniu. Rwiący się do życia i rozwoju przemysł w nowopowstałych z niewoli politycznej i gospodarczej krainach, Polski i Czechosłowacji, poważnie ścieśnił dawniejsze rynki zbytu niemieckich towarów; kupiec i przemysłowiec niemiecki z wytężeniem, kłopotliwie broni swej pozycji na wszelkich polach wysiłku fizycznego, psychicznego i politycznego.

Zjawiska artystyczne z lat powojennych, futuryzm, ekspresjonizm i kubizm, wszystkie one daninę składać musiały reklamie. Sztuka reklamy nie jest sztuką dla sztuki, lecz ostatecznie zawsze środkiem prowadzącym do celu. Zawód fachowców reklamowych, który tak bujnie wyrósł i rozwinął się w krainach południowo i zachodnioeuropejskich, był zawsze zawodem służebnym, ofiarującym swe usługi szczególnie handlowi i przemysłowi. Własną godność musi fachowiec reklamy szukać i zachować w podporządkowaniu się powszechnemu celowi: wytworzeniu zwycięskiej na każdem polu reklamy. Stąd pochodzi też, że historja wszelkich okresów wspomina o wojownikach muzykach i śpiewakach, malarzach i poetach nigdy atoli o artystach reklamy, których stąd podziwialiśmy jedynie jako produkcję epoki, w której żyli.

U nas w Polsce sztuka stosowanej reklamy znajduje się zawsze jeszcze w powijakach. Daleko nam jeszcze do tego rozmachu, który widzimy w Niemczech i Francji, a szczególnie w Anglji i Ameryce Północnej. Kraj, który niedawno temu wyrwał się cudownym wprost zbiegiem okoliczności z niewoli politycznej i gospodarczej, nie mógł dotychczas stanąć na tej wyżynie stosowanej reklamy, jak inne kraje o starodawnej kulturze, które w swej historji nie posiadają wspomnień niewoli politycznej i gospodarczej, która nas gnębiła i dusiła.

Z chwilą jednakże wyswobodzenia naszego kraju z pod jarzma zaborców, wśród zgliszcz powojennych wyrastała i wyrosła wreszcie myśl o wytworzeniu własnej, rodzimej reklamy, praktycznej i doniosłej dla kraju i poszczególnej produkującej jednostki. W tych dniach nietylko rodakom i pobratymcom słowiańskim, przyjacielskim narodom, lecz wogóle całemu twórczemu światu pokażemy, co dotychczas wytworzyliśmy, dokąd zamierzamy, co posiadamy. Tam, na terenie Powszechnej Wystawy Krajowej w Poznaniu stańmy wszyscy wraz, tam pokażmy dorobek twórczy, tam też wystawa nasza niechaj będzie wzorem i zwierciadłem naszej własnej, narodowej, polskiej reklamy!

Notatki

Obrady wstępne w przedmiocie taryfy celnej w Ameryce. Niedawno temu wydział celny Stanów Zjednoczonych Ameryki Północnej przesłuchiwał producentów papieru gazetowego i wydawców gazet, jakie mają życzenia w przedmiocie nowego ukształtowania taryfy celnej. Wynik tych przesłuchów zachowany jest w ścisłej tajemnicy, jednakże wyszło na jaw to, że pomiędzy producentami papieru gazetowego, a wydawcami gazet doszło do porozumienia, według którego wydawcy gazet amerykańskich nie będą się opierali zwyżce stawek celnych za dowóz zagranicznego papieru, do czego dążą fabrykanci papieru, ci zaś nieb ędą zwalczać importowania papieru gazetowego bez cła.

Z ruchu księgarzy w Polsce. Związek księgarzy polskich postanowił opracować i wydać niebawem nowy spis okresów księgarskich; w tym celu zwiazek prosi wszystkich księgarzy o nadsyłanie informacyj o ile spostrzeżono niedokładność w spisie dotychczasowym.

O zagospodarowanie drewna papierówki w Europie środkowej. W dniu 30 kwietnia r. b. odbyło się w stolicy Czechosłowacji, Pradze ponowne posiedzenie przedstawicieli organiazcyj czechosłowackiej, austrjackiej, polskiej i finlandzkiej gospodarki leśnej. Na posiedzeniu rzeczonem stwierdzono z zadowoleniem, że stosunki na rynku drewno-papierówki się ustaliły, dalej, że wskutek powolnego wyrównania cen na ogół zapanowała stabilizacja na rynku zbytu drewna papierówki.

Badanie papieru w Czechosłowacji. Stowarzyszenie fachowe przemysłu papierniczego w Czechosłowacji na wspólnem posiedzeniu wydziałów administracyjnego i fachowego postanowiło urządzić stację fachowego badania papieru. Koszty stąd powstały nie będzie ponosiło fachowe stowarzyszenie papierników, lecz centralne biuro sprzedaży papieru. Istnienie tego biura musiałoby atoli być zapewnione na dalsze lata, ażeby stacja fachowego badania ppaieru mogła byt swój na biurze sprzedaży oprzeć.

Ruch orgnizacyjny we finlandzkim przemyśle papierniczym. Od dłuższego czasu stosunki na rynku zbytu tektury drzewnej nie są zadowalające. Niedawno temu odbył się zjazd producentów fińskich,

na którym usiłowano wytworzyć porozumienie producentów w przedmiocie ustalenia cen. Na razie uchwalono, ażeby w łonie stowarzyszenia fińskich właścicieli tartaków urządzić specjalny wydział dal tektury drzewnej. Na razie stowarzyszeni właściciele fabryk tektury drzewnej wymienialiby sobie wzajemnie sprawozdania rynkowe oraz udzielaliby statystycznego wywiadu. Tego rodzaju współpraca i porozumienie istnieje już w szwedzkiej i norweskiej fabrykacji tektury drzewnej.

Amerykański przemysł papierniczy nabywcą wydawnictw gazetowych. Znane amerykańskie przedsiębiorstwo papiernicze „International Paper Co." niezawodnie są pobudką koncernu papierniczego „Inveresk" zabiera się do wykupywania wydawnictw gazetowych w Ameryce. W ostatnim czasie rzeczone przedsiębiorstwo papiernicze nabyło większość akcyj przedsiębiorstwa wydawniczego Boston Publishing Co., które wydaje gazety „Boston Herald" i „Boston Traveler".

Jednolite kierownictwo drukarń w Rosji sowieckiej. Rosyjski dyrektorjat poligraficzny doniósł radzie gospodarczej, że drukarnie w całej Rosji tak pod względem gospodarczym jak technicznym nie są w stanie zadaniom swym podołać dopóty, dopóki nie nastąpi jednolite ich kierownictwo. Zażądano, ażeby rosyjska raad gospodarcza urządziła specjalny wydział wydawniczy i gospodarczy, któryby wszystkie kwsetje sporne w przemyśle drukarskim rozstrzygał.

Z przemysłu papierniczego w Stanach Zjednoczonych Ameryki Północnej. Przemysłowiec papierniczy Wiliam Harrison z Anglji, powróciwszy z Ame-

ryki, dowodzi na łamach gazet angielskich, że położenie na amerykańskim rynku papierniczym jest obecnie niekorzystne. Interesy są kiepskie, jedynie niektóre fabryki, wyrabiające specjalne papiery, mianowicie fabryka Hammermill, Paper Co. w Erie są dotychczas nieźle zatrudnione. Przemysł papierniczy jest jednym z tych niewielu rodzaji przemysłu, który musi pracować z niewielkim zyskiem.

Czasopismo handlowe „The Journal of Commerce“ donosi: Rynek zbytu surowców jest ustalony. Błonniki roślinne bywają pożądane. Niebielona masa sulfitowa kosztuje 2,50 do 2,75 dolarów za 100 lbs. fob fabryka. Bielona masa kosztuje 4 do 4,75 dolarów za 100 lbs. fob fabryka.

Ceny na rynku odpadków papierowych są stałe, pokup zaś ochoczy. Kanadyjska miazga drzewna kosztuje od 24 do 26 dolarów za tonnę amerykańską. Amerykańska miazga drzewna sprzedawana bywa po 25 do 27 dolarów za tonnę amerykańską (907 kg.)

Przemysł papierniczy w Anglji. Na ogół fabryki papieru są w pełnym ruchu, jedynie w niektórych fabrykach papieru opakunkowego jest mniej zajęcia. Ceny są zadowalające. Pokup gazetowego papieru drukarskiego jest ożywiony, a fabryki są w pełnym biegu. Tylko cena za papier gazetowy jest nieszczególna, gdyż Kanada poleca zakup papieru gazetowego po niższej cenie. Producenci papieru bezdrzewnego nie są zadowoleni, gdyż nie mogą sprostać konkurencji fabryk na lądzie stałym.

Gazeta „Times“ donosi, że producenci papieru starają się zorganizować sprzedaż papieru z własnej ręki, bez cudzego pośrednictwa. Biorą oni udział w hurtowym handlu papieru oraz we fabrykach wyrobów z papieru. Olbrzymie zakłady graficzne i konsumenci hurtowi sprowadzają papier wprost z fabryki, bez pośrednictwa.

Przemysł papierniczy w Anglji przewiduje, że niezadługo będzie rynek papierniczy korzystnym, przeto modernizuje i powiększa zakłady fabryczne.

Import papieru w Grecji. Według ogłoszonej przez greckie ministerstwo finansów Atenach statystyki sprowadziła Grecja w 1928 roku ze zagranicy ogółem 2 285 020 kilogramów kartonu wartości ogólnej 15 843 200 drachm, dalej 2 248 458 kilogramów papierów drukarskich wartości 26 740 340 drachm, 65 834 kilogramów drukowanych książek, wartości 2 924 685 drachm i 24 066 kilogramów maszyn biurowych do pisania, wartości 6 780 820 drachm.

Wiadomości z firm

Spółka Akcyjna Edward Kręglewski, Poznań. Imieniem rady nadzorczej zwołuje p. S. Samulski, a imieniem zarządu p. Edward Kręglewski walne zgromadzenie na dzień 27 maja o godzinie 12 w lokalu spółki w Poznaniu, ulica Szyperska nr. 8. — Z porządku obrad: sprawozdanie zarządu i przedłożenie bilansu oraz rachunku zysków i strat za 1928 rok; sprawozdanie rady nadzroczej i komisji rewizyjnej; przyjęcie bilansu i rachunku zysków i strat; udzielenie pokwitowania zarządowi i radzie nadzorczej; podział zysku; wybór członków rady nadzorczej; wolne głosy.

Pabjanicka Fabryka Papieru, Robert Saenger, Sp. Akc., Warszawa. Zarząd przedsiębiorstwa zwołuje walne zgromadzenie akcjonarjuszów na 29 maja r. b. o godz. 3 po poł. w biurze zarządu w Warszawie, ulica Smolna nr. 17. — Z porządku obrad:: sprawozdanie komisji rewizyjnej w przedmiocie bilansu za 1928 rok; rozpatrzenie i zatwierdzenie bilansu na 1928 rok i podział zysków; ustalenie terminu wpłaty dywidendy; zatwierdzenie budżetu i planu działania na rok 1929; wybór 2 członków zarządu, wybór zastępcy członka zarządu; wybór komisji rewizyjnej; wnioski akcjonarjuszów.

Górnośląska Fabryka Celulozy, Sp. Akc., Warszawa. Zarząd przedsiębiorstwa zwołuje walne zgromadzenia akcjonarjuszów na 31 maja r. b. o godzinie 19 w lokalu zarządu w Warszawie, ulica Moniuszki nr. 4 — Z porządku obrad: sprawozdanie zarządu za 1928 rok; plan działalności na 1929 rok; wybory członków zarządu; wolne wnioski.

Włocławska Fabryka Papieru, Sp. Akc., Warszawa. Zarząd przedsiębiorstwa zwołuje ogólne zebranie w dn. 31 maja rb. o godz. 17 w Warszawie, ul. Moniuszki nr. 4. — Z porządku obrad: zatwierdzenie sprawozdania zarządu i komisji rewizyjnej za 1928 rok; zatwierdzenie bilansu, rachunku zysków i strat oraz podział zysków za 1928 r.; plan działalności i budżet na 1929 r.; wybór członka zarządu, jego zastępcy i komisji rewizyjnej; wybór dyrektora zarządzającego; ustalenie wynagrodzenia członków zarządu, dyrektora zarządzającego i kom. rewizyjnej; wolne wnioski.

Kluczewska Fabryka Papieru, Tow. Akc., Warszawa. Zarząd przedsiębiorstwa zwołuje ogólne zebranie na 31 maja o godzinie 18 w Warszawie, ul. Moniuszki nr. 4. — Z porządku obrad: zatwierdzenie sprawozdania zarządu i komisji rewizyjnej za rok 1928, zatwierdzenie bilansu, rachunku zysków i strat oraz podziału zysków za 1928 rok; plan działalności i budżet na 1929 rok; wybór członków zarządu i komisji rewizyjnej; ustalenie wysokości wynagrodzenia dla zarządu i komisji rewizyjnej; wolne wnioski.

Nowo-Wilejska Fabryka Masy Drzewnej i Papieru, Sp. Akc., Wilno. Zarząd zwołuje walne zgromadzenie akcjonarjuszów na 26 maja 1929 r. o godzinie 5 po poł. w lokalu zarządu w Wilnie, ul. Słowackiego, nr. 4. — Z porządku obrad: sprawozdanie zarządu i komisji rewizyjnej za 1928 rok; zatwierdzenie bilansu i rachunku zysków i strat za 1928 rok; wybór ustępujących członków zarządu i zastępców oraz wybór komisji rewizyjnej, wolne wnioski.

Księgarnia H. Niesiołowska, właściciel Jan Ciszewski, Ostrów. Z dniem 1 czerwca rb. brzmienie firmy będzie następujące: Jan Ciszewski, Księgarnia, skład nut i materjałów pisemnych w Ostrowie, Rynek nr. 11.

Ogłoszenia: 1/1 strona 100 zł, 1/2 str. 50 zł, 1/4 str. 25 zł, 1/8 str. 12.50 zł, 1/16 str. 6.25 zł, 1/32 str. 3.25 zł. Na str. I. okładki 100%, na stronie II, III i IV okl. 50% więcej. Dla poszukujących posad 50% opustu. Numery okazowe i dowodowe opłaca się. Ogłoszenia przyjmuje się do środy rana godz. 9.

Przedpłata kwartalna 6.00 zł, miesięczna 2.00 zł, z dostawą w dom. Numer pojedyńczy 50 gr.

- - - Konto czekowe P. K. O. Nr. 202868 - - -
Wydawca: Korporacja Zakładów Graficznych i Wydawniczych na Województwo Poznańskie z siedzibą w Poznaniu, Stary Rynek Nr. 4. Telefon Nr. 25-55. Redaktor naczelny i odpowiedzialny: Teodor Kryg w Poznaniu.

Czcionkami Drukarni Polskiej Sp. Akc. w Poznaniu, św. Marcin 70.